

**T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI
SANATTA YETERLİK TEZİ**

**KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE
GELENEKSEL GRAFİK BASKI TEKNİKLERİ**

**Hazırlayan
Ceren BULUT YUMRUKAYA**

**Danışman
PROF. DR. H. YAKUP ÖZTUNA**

İZMİR - 2012

YEMİN METNİ

Sanatta Yeterlik Tezi olarak sunduğum “Küreselleşme Sürecinde Geleneksel Grafik Baskı Teknikleri” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

10 Ocak 2012

Ceren BULUT YUMRUKAYA

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nün/..... / tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin maddesine göre Grafik Anasanat Dalı Sanatta Yeterlik öğrencisi Ceren BULUT YUMRUKAYA'nın "Küreselleşme Sürecinde Geleneksel Grafik Baskı Teknikleri"konulu tezini incelemiş ve aday/..... / tarihinde saat 'da sınava alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra dakikalık süre içerisinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anasanat dallarından jüri üyelerinin sorduğu sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek; tezin olduğuna oy ile karar verildi.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

ÜYE

ÜYE

YÖK DÖKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU

YÜKSEK ÖĞRETİM KURULU DÖKÜMANTASYON MERKEZİ

TEZ/PROJE VERİ FORMU

Tez Proje No.:

Konu Kodu:

Üniversite Kodu:

•Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez/Proje Yazarının

Soyadı: BULUT YUMRUKAYA Adı: Ceren

Tezin/Projenin Adı: KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE GELENEKSEL GRAFİK BASKI
TEKNİKLERİ

Tezin/Projenin Yabancı Dildeki Adı: TRADITIONAL GRAPHIC PRINTMAKING
THECNiques IN THE AGE OF GLOBALIZATION

Tezin/Projenin Yapıldığı

Üniversite: D.E.Ü.

Enstitü: G.S.E.

Yıl: 2012

Diğer Kuruluşlar:

Tezin/Projenin Türü:

Yüksek Lisans:

Dili: Türkçe

Doktora:

Sayfa Numarası:

Tıpta Uzmanlık:

Referans Sayısı: 176

Sanatta Yeterlilik:

Tez/Proje Danışmanlarının:

Ünvanı: Prof. Dr.

Adı: H. Yakup

Soyadı: ÖZTUNA

Türkçe Anahtar Kelimeler:

- 1- Baskı
- 2- Grafik
- 3- Küreselleşme
- 4- Tasarım
- 5- Sanat

İngilizce Anahtar Kelimeler:

- 1- Printmaking
- 2- Graphic
- 3- Globalization
- 4- Design
- 5- Art

Tarih: 10 Ocak 2012

İmza:

Tez Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum

Evet

Hayır

ÖZET

Günümüzde sanatsal grafik baskı uygulamaları kendi geleneğini oluşturmuştur. Bu araştırmanın konusu ise, grafik tasarımın kitlesel araçlarını kullanarak; küreselleşme sürecinde geleneksel grafik baskı tekniklerinin üretime yeniden dahil edilmesidir. Bu anlamda araştırma, küreselleşmenin ve beraberinde Enformasyon Teknolojisi Devrimi'nin bir analizini yapmaktadır. Endüstri Devrimi ile başlayan hızlı teknolojik gelişmeler, yüzyılın sonunda artık takip edemeyeceğimiz boyutlar kazanmıştır. Küreselleşme ile karşılıklı bir etkileşim içerisinde olan Enformasyon Teknolojisi devrimi, insanlığın da paralel bir evren algısına sahip olmasını getirmiştir. Tüm bu baş döndüren gelişmeler doğal olarak tepkileri beraberinde getirmiştir. Grafik tasarım da bu tepkisel duruma ortak olarak, kendini sorgulamaya First Things First (Öncelikli Şeylerden Önce) manifestosu ile katılmıştır. Tasarımcının toplumsal sorumluluğunun sorgulanması aynı zamanda tasarımcıları da bireysel sorgulamalara yöneltmiştir.

Geleneksel yöntemler çoğu zaman, eski, modası geçmiş gibi algılanmaktadır. Ancak her teknolojik gelişme ile yenilenen baskı uygulamalarının gelişimini ve devamlılığını gözlemleyebilmek için yirminci yüzyıla kronolojik bir bakış atmak yeterli olmaktadır. Yirminci yüzyılın Endüstri Devrimi ile başlayan süreçte getirdiği yenilikler, geleneksel tekniklerin kullanımını sanatsal alana taşımış ancak ortadan kaldırmamıştır. Ancak dijital teknoloji, yeni bir estetik ile birlikte yüzyılın son dönemini teknik açıdan da işgal etmiştir.

Tüm bu teknolojik gelişmeler ışığında, bireysel üretimler gerçekleştiren grafik tasarımcı ve sanatçılar, sanat tasarım çelişkisinin günümüzde geldiği uzlaşma doğrultusunda ve teknolojik gelişmelerin insanın fiziki varlığını tehdit noktasında, yeniden geleneksel grafik baskı yöntemlerini tercih etmektedir. Bu yeniden keşif durumu, kitlesel üretim mecraları üzerinden incelenmiş; sanatçı ve tasarımcıların bireysel ifadeleri bu alanlarda sorgulanmıştır. Böylelikle grafik tasarım alanında geleneksel grafik baskının günümüzdeki durumu ve tercih nedenleri ortaya konmuştur.

ABSTRACT

Today printmaking has its own tradition. This research focuses on reusage of printmaking in graphic design in the age of globalization. Globalization and the Revolution of Information Technology are both needed to be analysed due to understand this rediscovery of printmaking. Technological improvements starting with the Industrial Revolution react to an untraceable level by the end of the century. The Revolution of Information Technology formed a parallel universe to humanity. As a matter of fact, all the changes bring their reactions towards. With the First Things First manifesto, this reaction had an act in graphic design scene. . A general interrogation of designers' social responsibility causes designers to also question themselves.

Traditional techniques usually perceived as old and out of fashion. On the other hand, a chronological review of the twentieth century shows the improvements and adaptation of printmaking to the technological developments. These innovations relocate printmaking into fine arts but have never disappeared from the production context. At the end of the century, digital technology finds place both on the esthetical edge and technical perspective.

The compromise of art and design, the need of physical existence besides virtual, artists and designers reexplored the traditional printmaking methods and combined them with new technological innovations. This study focuses on this reinvention process in mass production channels and the personal statements of designers and artists using them. In conclusion, this study brings a way to understand the contemporary printmaking applications in graphic design and the reasons of preferring the traditional printmaking methods.

ÖNSÖZ

Yüksel Lisans tezimi tamamlarken; aklımda grafik ve kültür ilişkisini derinleştiren bir sanatta yeterlik tezi düşüncesi bulunmaktaydı. Yerel kültürlerin, grafik anlatım ile olan bağları ve etkilerini irdelemek çabası ile çıktığım yolda farklı noktalara varmış bulunuyorum. Ancak yüksek lisans tezimle birlikte başladığım küreselleşme araştırmalarım, bu çalışmanın temellerinde yer almaktadır. Araştırmalarımın yönlendirmesi ile birlikte bu çalışma, grafik baskının günümüzdeki yerini ve algılanışını ortaya koymaya çalıştığım bir zemin olmuştur. Geleneksel tekniklerin var olmaya devam edeceği konusunda beslediğim ümidin aslında gerçek olduğunu ve hali hazırda pratik olarak öğretme deneyimine eriştiğim pek çok tekniğin, yeni sınırlarını bu çalışmayı yaparken gözlemlemiş bulunmaktayım. Teknolojinin karşısında ya da yanında durmak zorunluluğu bu araştırmam doğrultusunda anlamsızlaşmış; tüm enerjinin sadece ve sadece üretim yapmak üzerine yoğunlaşması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Grafik Bölümümüzün, çok değerli hocaları, bana bilgi ve deneyimleri ile çok şeyler katmışlardır. Öğrencisi olma onurunu duyduğum tüm hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim. Danışmanlığını üstlenen sayın Prof. Dr. H. Yakup ÖZTUNA'ya bana olan inancından ve deneyimlerini paylaşmasından dolayı şükranlarımı sunarım. Yaklaşımlarıyla farklı bir göz olan, sayın Prof. Mümtaz SAĞLAM'a ve Doç. Dr. R. Hakan ERTEP'e tez izleme sürecindeki değerli katkılarından dolayı teşekkür ederim. Ayrıca çalışma sürecimde heyecanımı ve stresimi paylaşan, Aykut Barış ÇEREZCİOĞLU, Neşem ERTAN, Engin DOĞAN, Emre DUYGU, Korkut ÖZTEKİN ve Betül USLU ÖZKAN'a, uygulama projemdeki desteklerinden ötürü Can ATEŞGÜNEŞ'e, tüm merakları ile uygulama çalışmalarımı izleyen Grafik Bölümü öğrencilerine teşekkür ederim.

Bu çalışma, çocukluğumdan bu yana içinde olduğum bir ortamın bana kazandırdığı bilgi ve becerilerin bir sonucudur. Baskı yapmak ilk çocukluk yıllarımda benim hayatımın bir parçası haline gelmiştir. Masal kitaplarım çoğu zaman sa-

natçıların eserlerinin bulunduğu kitaplar olmuştur. Bu nedenle öncelikli olarak aileme teşekkür etmek isterim. Sürekli desteğini hissettiren ve ödevlerimi en güzel dille hatırlatan sevgili annem Nurcan BULUT'a, aynı tarihlerde doktora tezini tamamlayan ve benim yerime de stres yaşayan sevgili ablam Diren BULUT'a, insanın her an yanında danışabileceği bir hoca olmasının rahatlığını bana yaşatan; bilge ve sevgili babam, Prof. Gören BULUT'a teşekkür ederim. Sevgili eşim Tahir Ozan YUMRUKAYA'ya sevgisi, sabrı ve sakinliği ile çalışma sürecimdeki desteğinden dolayı teşekkür ederim.

Ceren BULUT YUMRUKAYA

İÇİNDEKİLER

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE

GELENEKSEL GRAFİK BASKI TEKNİKLERİ

YEMİN METNİ.....	iv
TUTANAK	v
YÖK DÖKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii
ÖNSÖZ	ix
İÇİNDEKİLER.....	xi
RESİM LİSTESİ	xiv
GİRİŞ.....	1

1. BÖLÜM

KÜRESELLEŞME VE ENFORMASYON TEKNOLOJİSİ DEVRİMİ

1.1 Küreselleşme	8
1.1.1 Küresel Ekonomi	11
1.1.2 Küresel Siyaset.....	16
1.1.3 Küresel Kültür	21
1.2 Enformasyon Teknolojisi Devrimi.....	24
1.2.1 Bilgi Teknolojileri ve Bilgi Toplumu	29
1.2.2 İnternet ve Sanal Kültür	32
1.3 Küreselleşmeye Karşı Direnişler.....	37
1.4 Küresel Ekonomide Tasarımcının Sosyal Sorumluluğu	43
1.4.1 Halen Güncel Bir Manifesto: First Things First	47
1.4.2 Yurttaş Olarak Tasarımcı	54
1.4.3 DIY! Kendin Yap Yeniden	57

2.BÖLÜM

GRAFİK ANLATIMDA TEKNOLOJİK YANSIMALAR VE GRAFİK BASKI

2.1 Teknolojik Gelişmeler ve Grafik Baskı	64
2.1.1 Fotoğrafın Grafik Anlatıma Etkisi	71
2.1.2 Litografinin Grafik Anlatıma Etkisi.....	74
2.1.3 Yeni Bir Mecra: Afiş	77
2.2 Topyekün Savaş Devrinde Grafik Baskı	82
2.2.1 Modernist Stillerde Grafik Baskı.....	83
2.2.2 Serigrafinin Endüstriyel Üretimden Kurtulması	91
2.2.3 WPA ve Amerika’da Grafik Baskının Yükselişi	91
2.3 İkinci Dünya Savaşı Sonrası Grafik Baskı: Direniş Aracı Olarak Afiş	95
2.3.1 Hippi Anlatımı Saykodelik Afişler	97
2.3.2 Latin Amerika’da Grafik Baskı Devrimi.....	105
2.4 Enformasyon Devrimi ve Bilgisayar’ın Tasarıma Dahil Olması	108
2.4.1 Bir Tasarım Aracı Olarak Bilgisayar: Tasarımı Şekillendiren Teknoloji.....	110
2.4.2 Grafik Anlatımda Dijital Estetik ve Dijital Baskı	117

3.BÖLÜM

GRAFİK BASKININ YENİ YÜZYILI

3.1 Grafik Sanatının Özgürleşmesi ve Bireysel Anlatımlar.....	125
3.1.1 Tasarımcının Bağımsız Anlatımı: Tasarım Yazarlığı.....	131
3.1.2 Teknolojik Üretim Çağında Grafik Baskı.....	141
3.2 Kişisel Anlatım Tarzı Olarak Grafik Baskı	149
3.2.1 M/M Paris Örneğinden Hareketle Çağdaş Sanatta Grafik Baskı	150
3.2.2 Protest ve Politik Bir Tavrı Olarak Grafik Baskı Üretimi	155
3.2.3 Müzik Afişleri Üretiminde Grafik Baskı.....	166
3.2.4 Rolling Road Show Gösterimleri ve Film Afişlerinde Grafik Baskı.....	175
3.4.5 İllüstrasyon Üretim Biçimi Olarak Grafik Baskı	182
3.4.6 Great Ideas Serisi ve Kitap Üretiminde Grafik Baskı	189

SONUÇ	195
KAYNAKÇA.....	205
ÖZGEÇMİŞ	

RESİM LİSTESİ

Resim 1 : Ford Reklamı, 1960'lar.....	13
Resim 2: Chirstian Dior, J'adore ((Ben Seviyorum), parfüm reklamı.....	14
Resim 3: Nike Reklamı, Wayne Rooney, İngiliz Futbolcu	15
Resim 4 : Amerikan işgalinden sonra Saddam Hüseyin Heykelinin yıkılışı.....	19
Resim 5 : Arap Baharı için bir grafik uygulama, Tasarımcısı bilinmiyor.....	20
Resim 6 : Mısır gösterilerinden bir fotoğraf, Ravy Shaker.....	21
Resim 7: Wall Street İşgalcilerinden bir görüntü.....	25
Resim 8 : Apple Bilgisayar Reklamı, 1980'ler.....	27
Resim 9 : 2010 yılı sosyal ağ haritası	33
Resim 10: Wall Street İşgali'nden bir gösterici, Fotoğraf: Andrew Burton, AP.....	39
Resim 11: Dünya Ticaret Örgütü Bakanlar Toplantısı Protestolarından bir görüntü, Seattle, 1999	41
Resim 12: Ken Garland'ın First Things First Manifestosu 1964.....	49
Resim 13: Gutenberg İncili'nden bir sayfa.....	65
Resim 14 : Harmensz van Rijn Rembrandt, asit indirme, Jakob Thomasz Haringh (Genç Haring), 1655	68
Resim 15 :Francisco Goya, Fanteziler, No 48	69
Resim 16 : William Blake, Songs of Innocence, Kapak, Asit indirme yüksek baskı, 1789	70
Resim 17:Joseph-Nicephore Niepce, Cardinal O'Amboise, Fotoğraf (Heliogravür), 16.2 x 13 cm, 1827	73
Resim 18: Honoré Daumier, Karikatür, 1834, Litografi	75
Resim 19: Jules Cheret,, 1858, Ophee Yeraltında Eğlence Mekanı için Afiş.....	79
Resim 20: Divan Japonais, Henri Toulouse-Lautrec, 1893, Afiş.....	81
Resim 21: Ernst Ludwig Krichner, Sergi Afişi, 1910, ağaç baskı	84
Resim 22: Otto Dix, Yaralı Asker, 1924, asit indirme ve aquatinta	85
Resim 23: George Grosz, Im Schatten, Litografi, 1921	86
Resim 24 “War Never Again” (Savaş Bir daha asla), Kathe Kollwitz, 1924, Litografi	87

Resim 25 “On Les Aura” (Ruh Budur), Faivre, 1917, Litografi	88
Resim 26, Vladamir Mayakovski, Afiş, 1921, Tarım Üzerine Afiş Serisi, El boyaması, ROSTA Pencereleri Afişlerinden.....	89
Resim 27 Gerald Spencer Pryse, İşsiz, Afiş, 1910, Litografi ve tipo baskı	90
Resim 28: WPA afişi, Mason Şehiri Sanat Merkezi açılışı duyurusu, litografi,1941	92
Resim 29: Joseph Rajer, “Pony Cart”, 1930, renkli ağaç baskı,10 ¾ x 14 5/8 inç, New York Halk Kütüphanesi.....	93
Resim 30: Riva Helfond, “Midway” (Carnival), renkli kağıt üzerine renkli serigrafi, 1945, 17 x 11 inç, 50 adet basılmıştır	94
Resim 31: Tedeusz Trepkowski, Nie! (Hayır!), 1952, Litografi, 70 x 100 cm.....	96
Resim 32: Rick Griffin, Greatful Dead için Afiş, 1969, serigrafi	99
Resim 33: Alton Kelley, Big Brother için afiş, 1967, serigrafi.....	100
Resim 34: Victor Moscoso, The Miller Blues Band için afiş, 1968, serigrafi	101
Resim 35: Stanley Mouse, Greatful Dead için Afiş, 1966,serigrafi	102
Resim 36: Wes Wilson, The Sound için Afiş, serigrafi, 1967.....	103
Resim 37: “Vietnam Day” Afişi, Kaliforniya Üniversitesi Berkeley, 1965, sanatçısı bilinmiyor.	104
Resim 38: Che Guevara, anonim.....	106
Resim 39: Shepard Fairey, Afternoons grubu için Afiş, serigrafi, 2008.....	118
Resim 40: Team 8 DIY Serigrafi Çalıştayı için Afiş, serigrafi	119
Resim 41:Emigre Dergisi Kapağı, 1988	121
Resim 42 : General İdea / A A Bronson, “Infections” yetleştirmesinin önünde. Fotoğraf: Jessica Darmaninö.....	135
Resim 43: Guerrilla Girls, Afiş 1989, serigrafi	135
Resim 44: Gran Fury, Read My, Lips (Dudaklarımı Oku(Erkekler)), 1988.....	136
Resim 45: April Greiman, “Does It Make Sense?” Greiman's Design Quarterly #133, serigrafi, 1986	137
Resim 46: Bruce Mau, SMLXL kitabı	138
Resim 47: Bruce Mau, SMLXL kitabı	139
Resim 48: Irma Boom, Think Book	139
Resim 49: Irma Boom, Kitaplarından örnekler	140

Resim 50: M/M (PARIS), Sergi görüntüsü « Icônes, Indices, Symboles » Chapelle des Jésuites, Uluslararası Afiş ve Grafik Sanatlar Festivali, , Chaumont, 2003	140
Resim 51: Leia Bell, The Faint (İnanç), Services için afiş, The Berg Sans Nipple at In the Venue, SLC, 44.45 x 29.21 cm, 3 renk elekbaskı, 108 adet basılmıştır. 2007	145
Resim 52: M/M Paris, Centre Dramatique de Bretagne için Afiş, 2008, 1 renk serigrafi baskı, limitsiz, 120 x 176 cm.....	151
Resim 53: M/M Paris, Frankfurt Sanat Merkezi, afiş sergisinde bir görüntü, 2005	152
Resim 54: M/M Paris, Duvar Kağıdı Afiş 1.4, 2001, 4 renk serigrafi, limitsiz, 120 x 176 cm	153
Resim 55: M/M Paris, Endlesserpentine, sergileme, iki taraflı, 1 renk serigrafi baskı, limitsiz, 2008, 120 x 176 cm.....	154
Resim 56: M/M Paris, Haunch of Vension Galerisi, sergi, 2006	154
Resim 57: Mark Titchner, Circuit Afiş Serisi, Gloucester Road İstasyonu, Londra Metrosu, 2004	156
Resim 58: Barbara Kruger, Schirn Kunsthalle Frankfurt, 2010.....	157
Resim 59: Janette Parris, Going South, Londra Metrosu, dijital baskı, 2004.....	157
Resim 60: Banksy, stensil ve boya	158
Resim 61: Banksy, stensil ve grafiti.....	159
Resim 62: Shepard Fairey, Barack Obama için seçim kampanyası afişi, Los Angeles, 1 Şubat 2008, fotoğraf: Leopold Lambert	160
Resim 63: Shepard Fairey, Sokak Sanatı, Duvar kaplama, serigrafi baskı.....	161
Resim 64: Anthony Burrill, Hurufat Baskı afiş, 2004-2011	163
Resim 65: Patrick Thomas, Guns and Guitars, 76 x 56 cm, 2 renk ipekbaskı,	164
Resim 66: Patrick Thomas, Protest Stencil Toolkit Yerleştirmesi, Woodbridge & Rees Gallerisi, Londra, Mayıs 2011, kalıp baskı.....	165
Resim 67: Patrick Thomas, Protest Stencil Toolkit Sergisi, “Birşeylerin daha iyi olması için ne yapıyorsun?”, Woodbridge & Rees Gallerisi, Londra, Mayıs 2011, kalıp baskı	165
Resim 68: Art Chantry sergisinden bir görüntü, Philip Slein Galeri, St. Louis, Washington	166

Resim 69: Art Chantry, Minot State Üniversitesi'ndeki sergisinden bir görüntü, 2009	167
Resim 70: Aesthetic apparatus, Grizzly Bear için Afiş, Turuncu baskılı kasap kağıda üzerine 2 renk serigrafi, 18” x 24”, 2007.....	169
Resim 71: Jason Munn, Low grubu için Afiş, 2008, Serigrafi.....	170
Resim 72: Aesthetic Apparatus, Spoon Müzik Grubu için Afiş, 2 renk serigrafi, 18” x 24”, 2010.....	171
Resim 73: Aesthetic Apparatus, Where’s Keef, 19”x 25” , 4 renk serigrafi,	173
Resim 74: Aesthetic Apparatus, Man Man, 18” x 24”, 2 renk serigrafi.....	174
Resim 75: Aesthetic Apparatus, Daniel Johnston için Afiş, 19” x 25”, 3 renk serigrafi	174
Resim 76: Jason Munn, Christmas on Mars Filmi için Afiş tasarımı, 2008, 24” x 36”, serigrafi.....	176
Resim 77: Jason Munn, Alamo Drafthouse Cinema için Bonie and Clyde film afişi, 2011, 2 renk serigrafi 18” x 24”.....	177
Resim 78: Jason Munn, Alamo Drafthouse Cinema için “Giant” afişi, 2011, 3 renk serigrafi, 18” x 24”,.....	178
Resim 79: Olly Moss, “The Deer Hunter” filmi için afiş, 2008	179
Resim 80: Olly Moss, Alamo Drafthouse Cinema için Rocky afişi, 2 renk serigrafi	179
Resim 81: Olly Moss, Alamo Drafthouse Cinema için The Blues Brothers film afişi, 2 renk serigrafi.....	180
Resim 82: Olly Moss, “The Locke” ABC’nin “Lost” dizisi için afiş	181
Resim 83: Olly Moss, “Star Wars” serisi için afişler, 2010, serigrafi.....	182
Resim 84: Little Friends of Printmaking, “Mahalle”, İllüstrasyon, 25”x19”, serigrafi	183
Resim 85: Little Friends of Printmaking, “Arts vs. Craft” Fuarı için afiş, serigrafi	184
Resim 86: Little Friends of Printmaking, “Mind Gangsters” sergisi’nden bir görüntü, “Baddies” serisi illüstrasyonlar, Kong Galerisi, Mexico City, 2008	184
Resim 87: Little Friends of Printmaking, “Patton Oswald” için afiş, serigrafi.....	185
Resim 88: Nate Williams, Bella, serigrafi, 65 x 25,5 cm.....	186

Resim 89: Nate Williams, Little Monster Plak şirketi için kitap ve CD illüstrasyonu,	187
Resim 90: Nate Williams, “Life is Beautiful” illüstratif afişi, 18”x24”, 6 renk serigrafi.....	187
Resim 91: Nate Williams, “Fish” , 18”x24”, 2 renk serigrafi.....	188
Resim 92: David Pearson, Great Ideas 1. Seri, Kitap Kapağı Tasarımı, John Ruskin, “On Art and Life”, Penguin Books, 2004.....	189
Resim 93: Phil Baines, Great Ideas 3. Seri, Kitap Kapağı Tasarımı, Blaise Pascal, “Human Happiness”, Penguin Books, 2008	191
Resim 94: David Pearson, Great Ideas 1. Seri, Kitap Kapağı Tasarımı, Mary Wollstonecraft, “A Vindication of the Rights of Woman”, Penguin Books, 2004	192
Resim 95: Stanley Donwood, kitap illüstrasyonu, Robert Louis Stevenson “Treasure Island”, 2008, linol baskı ile üretilmiştir.	193
Resim 96: Anthony Burrill, “Oil and Water Do Not Mix” afişi, yapım aşamaları, 2010	198
Resim 97: Anthony Burrill, “Oil and Water Do Not Mix” afişi, Louisiana Sahili’ni Koruma Koalisyonu için yapılmıştır, 2010.....	199

GİRİŞ

Sanat insanoğlunun başlangıcından itibaren bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Marshall McLuhan ve William M. Jr. Ivens'in de üzerinde ısrarla durduğu gibi, günümüz iletişiminin, yani çıkardığımız sesleri anlamlı kılan dilin, sözel toplumdaki okur-yazar topluma geçişteki görselleşmesi, toplumların algısını değiştirmiştir. İnsanlık tarihinin bu kırılma noktası grafik anlatımın da ilkel formdan gelişmiş bir biçime evrildiği noktadır. Harfler, grafik anlatımın özündeki "aynen tekrarlanabilir görsel imge üretimi" nin en önemli atılımı olmuştur. Çünkü yazı ile birlikte sesler aynı şekilde tekrarlanan görsel simgelere dönüştürülmüştür. Bu açıdan yazı, icadından günümüze grafiğin en önemli görsel biçimi olagelmıştır.

İkincil olarak, kağıdın bulunuşu, daha az yer kaplayan, taşınması kolay bir malzeme olarak, yazı üretimini hızlandırmıştır. Ancak asıl olarak bir bilgi çoğaltma aracı olarak grafik, Gutenberg'in baskı presi ile kitleleşmiştir. Gutenberg öncesi dönemde ağaç yüzeyi, okuyazar olmayan halka dini, siyasi, gündelik bilgileri illüstrasyonlar aracılığıyla aktarmak için kullanılırken; baskı presi yazıyı halkın kullanımına kazandırmıştır. Böylelikle kitle iletişim aracı olan baskı, teknolojik değişimlerle birlikte yaygın kullanım ve ifade alanını genişletmiştir.

Endüstri Devrimi, sanatın da devrimi olmuş; sanatın ve sanatçının özgürleşmesini sağlamıştır. 18. yüzyılda düşünsel anlamda özgürleşen sanat, sanayi ve işleve karşı örgütlenmiştir. Modernizmin başlangıcını da bu noktada arayabiliriz. Ancak ondokuzuncu yüzyılda doğayı dönüştüren iki güç, sanat ve sanayi çatışmasını gözlemlemekteyiz. Yirminci yüzyıla birlikte, sanat ve sanayinin EXPO sergilerinde eşit ölçüde yer bulduğunu gözlemlemekteyiz. Bu iki gücün buluşmasından tasarım doğmuş; ve tasarım eğitimi veren kurumlar, başta Britanya olmak üzere, açılmaya başlamıştır. Bauhaus Tasarım Okulu'nda belki de bu eğitim, zamanının en nitelikli düzeyine ulaşmıştır.

Arts and Crafts hareketinin öncü uygulamacıları ve kuramcıları William Morris ve John Ruskin'e göre yaratıcı bireylerin öncelikli dışavurumu işlevsel ürünler olmalıdır. Çünkü insan hayatını dolaysız bir şekilde etkilerler. Arts and Crafts ütopyasında tasarım, sanat ve sanayiye barıştırarak dünyayı kurtarma çabasındadır. Başarısız olan bu girişimin ardından, insanın sadece nesneyi değil, dünyayı ve hayatı tasarlama çabasını modernizmin içerisinde görmekteyiz. Arts Nouveau ile birlikte kıtasal yankı bulan tasarım, grafik, mimari, endüstriyel, moda ve tekstil alanları başta olmak üzere hayatın her zerresine nüfus etmiştir. Artık tasarım hayatın bir parçası haline gelmiştir ve insanların sadece ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp; onlara yeni ihtiyaçlar oluşturan bir olgu olarak algılanmaktadır. Bauhaus ile başlayarak Fütürizm ve Konstrüktivizm dönemlerinde artık tasarım ve yönetim organik bir bağ oluşturmuştur. Tasarım, sistemin yöneticileri tarafından yönlendirilen ve sistemin siyasal emellerini böylece topluma benimseten bir araç haline gelmiştir. Böylece tasarımın, kapitalizmin öz evladı olduğu tam anlamıyla onaylanmıştır.

Yönetimle ilişkilenen tasarım, özellikle İkinci Dünya Savaşıyla birlikte propaganda amaçlı kullanılmıştır. Öyle ki Nazi Almanya'sında bir ırk tasarlama çabasına girişilmiştir. Vatandaşları istenen şekilde davranmaya ikna etmek yine tasarım aracılığı ile gerçekleşmiştir. Savaşlar sonrasında dünya, görsel olarak tasarlanmış bir kapitalist senaryoya dönüşmüştür. Kapitalist düzenin ayakta kalabilmesini sağlayan ticari propaganda yani, reklam görsel ağırlığını arttırmıştır. Özellikle grafik anlatım giderek reklamlarla daha çok ilişkilenmiştir. Ellili ve altmışlı yıllar özellikle Amerikan ekonomisinin dünyanın diğer devletleri üzerinde ağırlığını arttırmaya başladığı, Amerikan tarzı yaşamı yücelttiği bir dönem olmuştur. Soğuk savaşın tetiklediği teknolojik yeniliklerle birlikte, hayatın her alanı görsel okur yazarlığa bürünmüş; yirminci yüzyılın ikinci yarısını hızına yetişilemez bir yenilikler dönemi haline getirmiştir. Bu dönemde, kapitalizmin üretimleri reklam aracılığı ile, karşıtlıkları ise protestoların görsel imgeleri ile anılır olmuştur.

Enformasyon Teknolojisi Devrimi ve Küreselleşme ile birlikte bu hayatı tasarlama durumu, daha da ileri giderek kişinin kendi ile olan iletişimini de tasarlamaya başlamıştır. Foucault'un (2003) da dediği gibi bu dönem artık post hümanist bir

dönemdir. Postmodern hayatın dijital formunda bilgi emeğin yerine geçerek meta-laşmış; bu da nesnelere ve dolayısıyla hayatı sanallaştırmıştır. Bilgisayar teknolojisi ile birlikte, birbirine paralel iki evren hayatımızı da iki ayırmaktadır. Dijital olan ve fiziksel olan. Dijital dünyanın sınırsızlığı, bizleri bir harikalar diyarına götürse de; insani varoluşumuz halen fiziksel yaradılışımıza ihtiyaç duymaktadır.

Grafik Tasarım da diğer sanatların büyük ayrışmasında olduğu gibi modernizm düşüncesiyle birlikte başka bir şekil almıştır. Modernizm düşüncesi güzel sanatları oluştururken bir yandan da grafik disipliniyi ikiye ayırmıştır. Günümüzde geleneksel grafik teknikleri ile üretilen baskıları grafik sanat, endüstri güdümlü grafik üretimleri ise grafik tasarım olarak adlandırmaktayız. Küresel dünya yaşantımızı şekillendirirken; sanatı ve tasarımı da değişime uğratmaktadır. Bu durumda tasarım ve sanatın birbirine yakınlaştığını gözlemleyebiliriz.

Günümüzde tasarımın gücü, bir ölçüde artık sanatı eline geçirmeye başlamıştır. Baudrillard'a (2010) göre böylelikle yönetimin eline geçen sanat tasarımılaşmaktadır. Belki de tasarım algılanma biçimi açısından sanatın insan hayatında var olabileceği tek alan olarak kalmıştır. Ancak kapitalizmin kısılcısından kurtulmak isteyen tasarım, her zaman sanatın seviyesine ulaşmak çabasıdadır. Bu ortamda Endüstri devrimi ile ikiye bölünen grafik disiplini, Enformasyon Teknolojisi Devrimi ile tamamen özgürleşebilecektir. Günümüzde "Kendin Yap" mantığı, teknolojinin kolaylıkları sayesinde her kişinin kendi görsel iletişimini sağlayabilmesine olanak tanımaktadır. Bu durumda grafik sanatçısı artık tam anlamıyla sanatsal dışavurumunu gerçekleştirme olanağına sahip olabilecektir. Modernizmle birlikte sanatın işverenden bağımsızlaşması durumunun, kavrayış ve entelektüel açıdan kendi endüstrisini yaratmıştır. Küreselleşme ile birlikte grafik alanında da benzer bir özgürleşme yaşandığı söylenebilir.

Bu araştırmanın başlığında, İngilizce kökenli olarak "Printmaking", yani baskı yapmak fiiline yer verilmektedir. Ülkemizde, sanatsal terimler kimi zaman dilimize çevrilirken, literatürü oluşturan öncüler tarafından kendi disiplinleri ile ilişkilendirilerek; baskı sanatlarına resim eklemlenmiştir. Baskı eylemi çok kopyalı işler

üretmek için kullanılan, bir teknikler bütünüdür. Öz olarak bir orijinal barındırmaz. Sanatsal olarak orijinal, kopyaların üretildiği kalıbın kendisidir. Grafik her imge, çoğaltılmak üzere hazırlanır. Dolayısı ile, geleneksel baskı tekniklerinin grafik disiplininin içerisinde değerlendirilmesi doğaldır. Ancak bu açıklamadan baskı tekniklerinin resimsel çoğaltmalar yapmak için kullanılamayacağı gibi bir sonuç anlaşılmamalıdır. Pek çok modernist ressamın baskı tekniklerini kullanarak üretimler gerçekleştirdiğine araştırma içerisinde de yer vermeye çalışılmıştır. Üzerinde durulmak istenen nokta, çoğaltılan imgenin resim değil grafik özellikler taşıdığıdır. Bu nedenle, araştırmanın başlığında ve içinde “grafik baskı” terimi özellikle kullanılmakta ve dilimize yerleşmiş olan “baskiresim” terimi reddedilmektedir.

Teknik ve kavramsal gelişmeler çerçevesinde, baskı tartışmalı bir alan haline gelmiştir. “Sanatçı tarafından basılan baskılar ile Paragon veya Kelpra gibi baskı evlerinde çoğaltılan kopyalar eşit kabul edilebilir mi?” sorusu akılları kurcalarken; “orijinallik” yeni tekniklerin eklenmesi ile birlikte, geleneksel tekniklerin yeni uygulama alanları ile sorgulanmaktadır. Tüm bu gelişmeler bizi “baskı nedir?” sorusunun cevabını aramaya yönlendirmektedir. Günümüzde şehir duvarlarındaki stensillerden, pasta üzerine yerleştirilen yazıcı çıkışlı resimlere kadar geniş bir yelpaze, baskının günümüz uygulamalarını bize göstermektedir. Diğer yandan grafik baskı, resim ve heykelle, giyim endüstrisi, ev tekstili, ticaret ve sanal dünya ile işbirliği içerisinde. Grafik baskı içerisinde, biriciliği ve kopyayı, paha biçilmezi ve bedelsizi barındırmaktadır. İşte bu nedenle kendi içindeki uçlardan beslenerek, hem popüler hem de yüksek sanata hizmet etmekte; ancak bir yandan da bu uçların çelişmesini yansıtmaktadır. Bu araştırmada grafik anlatımı çoğaltmak amacı ile kullanılan bütün baskı teknikleri grafik baskı olarak kabul edilmektedir. Dijital baskı ile ağaç baskının amaç açısından bir farkı bulunmamakla birlikte; neden geleneksel tekniklerin tercih edildiği incelenmiştir. Sanatsal baskıların Endüstri Devrimi’nden günümüze, kesintiye uğramadan üretildiği göz önünde tutulur ise; bu araştırmanın da ana sorusunu oluşturan günümüz grafik tasarım alanında geleneksel baskı tekniklerinin yeniden keşfi ve küreselleşme sürecinin bu eski teknikleri hatırlama durumuna etkisinin araştırılması olmuştur. Araştırmanın bağlamı, grafik tasarım alanında, geleneksel baskı tekniklerinin kullanımı ile sınırlı tutulmuştur.

Bu araştırma, grafik üretimde küreselleşme sonrasında ortaya çıkan teknolojik gelişmeler karşısında grafik tasarımcıların veya sanatçıların geleneksel baskı yöntemlerine eğilimini sorgulamaktadır. Dijital teknolojinin bilginin, görselin üretim ve paylaşım sürecini son derece kısalttığı günümüz dünyasında, grafik üretim için serigrafi, yüksek baskı, zaman zaman taşbaskı ve Gutenberg'den bu yana tekniği pek de değişmeyen hurufat baskının yaygın kullanımı görülmektedir. Bu üretimin tercih edilmesinin nedenlerinin neler olduğu, Endüstri Devrimi ile birlikte Arts and Crafts ile başlayan doğaya dönüş hareketinin bir benzerinin, Enformasyon Teknolojisi Devrimi sonrasında da bir yankısı olup olmadığı konu edilmiştir. Burada sanatçıların bireysel tercihlerine yer verileceği gibi aynı zamanda toplumsal dinamiklerin de yansımaları izlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada grafik üretiminde baskı teknikleri ele alınırken; grafik tasarım ve grafik sanat ayrımına gidilmemiştir. Grafik baskıyı grafik ifade biçimlerinin en temel tekniği olarak ele alma çabası içerisine girilmiş ve grafik alanındaki kutuplaşmaların, günümüz küresel dünyasında tasarım ve sanat ayrımının belirsizliği gibi; kesin sınırların olmayışından dolayı ve olmaması gerektiği savunularak; bir bütün olarak düşünülmüştür. Tasarımın sanata, sanatın tasarıma yaklaştığı, günümüz neokapitalist düzeninde, grafik alanında da pek çok alan var olmasına karşın, geleneksel grafik baskı tekniklerinin ne şekilde var olduğu ve olmaya çalıştığı araştırılmıştır.

Küreselleşmenin, ekonomik, siyasi ve kültürel ayakları, tasarım ve sanata olan etkileri açısından irdelenmiştir. Enformasyon Teknolojisi Devrimi ile birlikte ortaya çıkan yeni dünya düzeninin, insanlık üzerindeki psikolojik ve sosyal yansımaları ve beraberinde getirdiği teknolojinin, başta grafik tasarım olmak üzere yansımaları ele alınmaya çalışılmıştır. Enformasyon Teknolojisi Devrimi ve Küreselleşmenin tasarımcıya getirdiği sosyal sorumluluklar ve tasarımcının bir yurttaş olarak toplum içerisindeki yeri sorgulanmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde, grafik baskının teknolojik gelişmeler ile birlikte evrildiği süreç ele alınırken; fotoğraf ve litografinin, toplumsal algıyı değiştirmesinin ve kitlesel iletişime etkisinin özellikle üzerinde durulmaya çalışılmıştır. Li-

tografi baskı tekniği ile olgunlaşan afişin, toplumsal yaşama dahil olması ve bu anlatım biçiminin grafik baskı açısından geçirdiği evrelere yer verilmiştir. Kronolojik bir araştırma yöntemi izlenerek; dönemin özellikle teknik açıdan önemli gelişmeleri üzerinde durulmuştur. İkinci bölümün sonunda Enformasyon Teknolojisi Devrimi ile birlikte hayatımıza dahil olan bilgisayar teknolojisinin grafik tasarım alanında getirdiği yenilikler ele alınırken; yeni bir teknik ve estetik yaratan dijital baskı uygulamaları konu edilmiştir.

Araştırmanın son bölümü günümüz grafik baskı üretimine yoğunlaşmıştır. Özellikle grafik anlatımın, sanatsal ve tasarımsal ayrımlardan sıyrılması durumu ön plana çıkartılırken; geleneksel baskı tekniklerinin tercih nedenleri, sanatçılar ve tasarımcılar üzerinden irdelenmiştir. Başlıklar altında gruplanan sanatçı ve tasarımcılar, üretimleri üzerinden ele alınmış ve günümüz eğilimlerine ışık tutmaya çalışılmıştır.

Bu araştırmanın amacı, günümüzde teknolojik ve dijital gelişmeler karşısında varlığını sürdüren grafik baskının geleneksel yöntemlerini, tarihsel bir perspektifi arkasına alarak; küresel dünyadaki varoluş biçimini irdelemektir. Geleneksel grafik baskı yöntemlerinin sanatsal uygulamalarını, mekanik presle birlikte seri üretime geçiş sürecinden bu yana izlemek olanağı her zaman olmuştur. Endüstri Devrimi ile birlikte grafik baskı, resim ve heykelle birlikte güzel sanatlar mertebesine yükselmiş; bireysel bir anlatım biçimi olarak kendine yer bulmuştur. Bu araştırmanın konu edindiği alan, yoğun olarak grafik tasarım, illüstrasyon, afiş, kitap gibi aslen kitlesel üretime yönelik grafik uygulamalarında geleneksel yöntemlerin tercih edilme nedenlerine ışık tutmaktadır. Sadece sanatsal değil, protest, politik, sosyal ve kültürel bir form olarak geleneksel baskı tekniklerinin, günümüzdeki var oluş biçimleri konu edilmiştir.

1. BÖLÜM

KÜRESELLEŞME VE ENFORMASYON TEKNOLOJİSİ DEVRİMİ

Günümüzde içinde yaşadığımız pek çok şeye anlam veremiyoruz. Sürekli bir anlamsızlık ve güvensizlik içinde, gözümüzün önünde olup biten şeylere seyirci kalmaktayız. Bu dünyada her şey yeni ve aynı zamanda her şey alışıldık. İnsanoğlu daha önce şahit olmadığı kadar hızlı bir değişim geçirmektedir ve bu aynı zamanda fiziksel evriminin de bir parçasıdır. Küreselleşme diye adlandırdığımız bu çağda, modernliğin bilindik kuralları artık geçersizdir ve kapitalizm de yeni bir biçime soyunmuştur. Enformasyon Teknolojisi Devrimi'nin bu değişim gücünü, Endüstri Devrimi'nin toplum üzerindeki değişim etkisine benzetebiliriz. Çünkü aslen aynı ekonomik temel üzerinde şekillenmektedir. Endüstriyel toplum ve enformatik toplumun hangi noktalarda birbirinden ayrıldığını belirtmek gerekir ki; en temel ayırım, emeğin biçimindedir. Enformatik toplumda emek maddesizdir. İnsanoğlunun kendisi sermayeye, bilgi ise üretime dönüşmüştür (Gorz, 2011).

Enformasyon Teknolojisi Devrimi'ni toplumdaki bağımsız olduğunu söylemek mümkün değildir. Çünkü bu hızlı değişim öncelikli olarak gelişmiş ülkelerin değişen düzen için oluşturdukları yeniden yapılanmanın odağını oluşturur. Özellikle seksenli yıllardaki telekomünikasyon, yani medya yapılanmasında, gelişmiş ülkeler teknolojik gelişmeleri, küresel piyasaların bütünleşmesi adına kullanmıştır (Castells, 2005). Bu sistem küreselleşmeyi, küreselleşme de enformasyon teknolojisini kullanmaktadır. Karşılıklı etkileşimle büyüyen yeni dünyada sürekli normalleşen bir yenilik ve farklı gerçeklikler tanımaktayız. Bu yeni düzeni tanıyabilmek için küreselleşmeyi ve Enformasyon Teknolojisi Devrimi'ni irdelemek gerekmektedir. Birbirleri ile olan ilişkileri, toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel yansımalarını irdelemek; yeni dünya düzenini ve karşıtlıklarını anlamamıza yardımcı olacaktır.

1.1 Küreselleşme

Çağımız, yeni dönüşümlere gebe gibi gözükmektedir. Güncel medyada her gün kapitalizmin küresel biçimi sorgulanmakta; ona karşı çıkan sesler görselleşmektedir. Sanatın ve özellikle günümüzde tasarımın ekonomiden bağımsız olmadığı düşünülürse; küreselleşmenin bu alanlardaki etkisini ve yarattığı tepkiyi anlamak için, konunun teorisi ile iletişim kurmak zorunlu gözükmektedir. Endüstri Devrimi'nin çocukları dünyada sınırları nasıl kaldırmıştır? Tüm bu küresellik nasıl ortaya çıkmıştır? Küreselleşmenin ekonomik tabanlı bir yapılanma olduğu genel kabul görmektedir. Her ekonomik yapılanmanın olduğu gibi küreselleşmenin de siyasal, kültürel uzantıları bulunmaktadır.

Küreselleşme kavramı, Amerika Birleşik Devletleri ile birlikte anılmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, dünyanın dört bir yanına hayatın doğal bir parçası olacak nesnelere üretmiştir. Hamburger, bilgisayar, cep telefonu, kaykay, otomatlar, vs. ülkelerimizi Amerikanlaştırmıştır (Huter & Yates, 2003). İşte bu nesnelere istilası, Endüstri Devrimi'nin geldiği noktada serbest piyasanın duvarları ve sınırları aşip bizleri, küresel tüketicilere dönüştürdüğü küreselleşmenin ta kendisidir. Küreselleşme, yirminci yüzyılda icat edilmiş bir terim değildir ve ilk girişimlerini Roma İmparatorluğu'nda ve Osmanlı İmparatorluğu'nda daha sonraları Haçlı seferlerinin nedenleri altında görmek mümkündür. Fakat küreselleşme, birden bire ortaya çıkan bir olgu da değil, yüzyıllardır süre gelen bir süreçtir. Bu süreç ilk çağdan itibaren, farklı kültürlerin birbirlerinden etkilenmeleri, ticaret yoluyla birbirini tanımaları yani; merkantilizm ile, göç ve düşünce alış-verişi sayesinde gerçekleşmiştir. Ortaçağdaki dini imparatorluk arayışları da, erken küresel toplum girişimleri olarak değerlendirilebilir. Ancak günümüzde bu denli etkin olması ve terimin içeriği ile bütünleşmesi çağın teknolojik, bilimsel ve ekonomik silahlarıyla mümkün olmuştur.

Günümüzdeki "İmparatorluk", Hardt ve Negri'nin (2008) kuramsallaştırdığı ve çok uluslu şirketlerin dünyaya hükmettiği bir yapıdır. Yeni dünya düzeninde devletlerden daha güçlü ekonomiler, dolayısıyla daha güçlü yönetim mekanizmaları bulunmaktadır. Hardt ve Negri (2008), bu İmparatorluk'u kapitalizmin ileri evresinde

küresel bir yapı olarak tanımlamaktadır. Pek çok teorisyenin kapitalizmi zaten bir dünya projesi olduğu yönündeki eleştirilere ise; eksendeki kaymanın sadece ekonomik değil siyasal açıdan da bambaşka bir yapıyı tetiklediğini öne sürmektedirler. Bu durumda kapitalist ekonomi, tek ve ulus-üstü bir politik iktidar figürü oluşturmaktadır. Bu birleşimin içine mutlaka kültürü eklemek gerekmektedir. Zira günümüz küresel dünyası, ekonomik, siyasal ve kültürel açıdan tam bir bütün olduğu için bu denli büyük etkiye sahip olabilmıştır. Tüm kürenin birbirinden ayırmakta zorlanacağı bu üç ayak, bir yandan da küreselleşme karşıtlarının tek bir alanda isyanını imkansız kılmaktadır.

Küreselleşmeyi hazırlayan önemli bazı olgular bulunmaktadır. Bu olguların gerçekleşmesi, yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra küreselleşmenin beden bulmasında önemli rol oynamıştır. Bunlardan ilki, teknolojinin hızlı gelişimidir. Teknolojinin ise dünyanın küreselleşmesinde etkili olan iki ayağı bulunmaktadır. Birisi, iletişim teknolojisi, diğeri ise bilişim teknolojisidir. Telefonun, özellikle cep telefonlarının hızlı evrimi, her an, dünyanın herhangi bir yerindeki bir kişiye ulaşılmasını olanaklı kılmıştır. Bilişim teknolojisi derken de, bilgisayardan söz edilmektedir. Bilgisayar ve özellikle internet, erişim bulduğunuz her yerden, sınırsız bir bilgi sağlama ve hızlı hesaplamalarıyla anında kararlar verebilme yeteneğini insanlığa kazandırmıştır (Kongar, 2005). Bilişim ve iletişim devrimi, dünyayı çok küçük bir yer haline getirmiştir. İstenilen her bağlantıya ulaşmak, artık mesafeleri kat etmeden de gerçekleşebilmektedir. Bu açıdan, bilişim ve iletişim devrimi, yani teknolojik devrim, küreselleşmenin en önemli etmenlerinden biridir.

Küreselleşmeyi hızlandıran bir diğer olay, Soğuk Savaşın bitişidir. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, dünya ikiye bölünmüştür. İki süper gücün dünya üzerinde söz sahibi olma savaşıdır bu. Amerika kapitalizmi, Sovyet Rusya ise komünizmi, dünyaya hakim bir düzen olarak savunmuştur. Bu savaş bir anlamda, doğu ve batının savaşı durumuna gelmiştir. 1945'ten 1991 yılına kadar, batı, kapitalist politikaları doğrultusunda, milliyetçiliği ve dini ön plana çıkarırken; SSCB, komünist politikaları doğrultusunda, her ikisini de reddetmiştir. Ancak; SSCB'nin ekonomik üretiminin düşüklüğü ve batıdaki iletişim ve bilişim devrimi, sistemin çöküşüne ve soğuk sa-

vaşın bitimine neden olmuştur (Kongar, 2005). Savaşın bitişiyle beraber, dünyada tek bir süper güç kalmıştır; Amerika.

Günümüz küresel dünyasında kapitalist düzeni besleyen bir olgu da savaştır. Her ne kadar yukarıda da belirtildiği gibi Soğuk Savaş'ın bitişi, küreselleşmenin bir öncülü gibi görünse de; aslında 1972'nin Mayıs ayında Amerika Birleşik Devletleri ve Sovyetler Birliği arasında imzalanan, Antibalistik Füze Anlaşması fiziki savaş ortamını soğutmuştur (Hardt & Negri, 2004). Ancak ekonominin askeri unsurlara ve savaşa bağımlılığı, savaşı dönüştürmüştür; topyekün savaş yerine küçük ve pek çok savaş karşımıza çıkmıştır. Böylece ekonomilerin askeri sektör tarafından desteklenmesi sürmüştür. 11 Eylül 2001 sonrası ise, savaş artık hem ekonomik hem de sosyolojik olarak dünyayı bir paranoya ortamına sürüklemiştir. Temsili demokrasilerin, lider imajlarındaki kayıpla birlikte böyle bir desteğe gereksinim duyan küresel siyaset, savaşı alet edinerek; yeni bir emperyalist sömürgecilik kılıfı hazırlamaya soyunmuştur.

Küreselleşmenin, Amerikanlaşma'nın dışında da uzanımları bulunmaktadır. Çünkü neticede küresel düzeni var eden, sadece Amerika Birleşik Devletleri değil tüm emperyalist devletlerin bir araya geldiği ortak çıkar mutabakatıdır. Küreselleşme ve Amerikanlaşma arasındaki farkları tartıştığı makalesinde, Garg (2008), pek çok Amerikan şirketinin uluslararası pazarın lideri olmasının karşısına, Amerikan iş modelini uygulayan pek çok diğer uluslardan şirketlerin de başarılı olduğunu ortaya koymaktadır. Küresel şirketlerin ancak küresel boyutta var olabileceği gerçeğine vurgu yaparken; Amerikan şirketlerinin küresel başarısının altında, yerelleşme, güven geliştirme ve kalite yönetimi olduğunu savunmaktadır. Her alanda küreselleşme de başı Amerika çekmektedir. Küreselleşmenin ekonomik, siyasal ve kültürel bağlantılarında bu izi görmek mümkündür.

1.1.1 Küresel Ekonomi

“Küresel bir ekonomi, dünya ekonomisinden farklı, yeni bir tarihsel gerçekliktir. Fernand Braudel ile Immanuel Wallerstein’in bize öğrettiği üzere dünya ekonomisi –sermaye birikiminin dünya çapında ilerlediği bir ekonomi- en azından 16. Yüzyıldan beri Batı’da mevcuttu. Küresel ekonomi bundan biraz daha farklıdır: Gerçek zamanlı olarak ya da, seçilmiş bir zamanda gezegen çapında bir birim olarak işleme kapasitesine sahip ekonomidir. Kapitalizmin başlıca niteliği durmak bilmeden genişlemesi, hep zaman ve uzamın sınırlarını aşmaya çalışması olsa da, dünya ekonomisi, ancak 20. Yüzyılın sonlarında, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin sağladığı yeni alt yapıya bağlı olarak, hükümetlerin ve uluslararası kurumların oynadığı yasal düzenlemelerden muaf tutma ve liberalleştirme politikaları sayesinde gerçekten küresel hale gelmiştir. Ancak bu ekonomide her şey küresel değildir: Asılda üretimin, istihdamın, şirketlerin büyük bölümü yerel ve bölgeseldir; öyle de kalacaktır.” (Castells, 2005, s.127)

Günümüz ekonomisinin küresel çekirdeğini, finans piyasaları, uluslararası ticaret, ulus üstü üretim, bilim ve teknoloji ve uzmanlaşmış emek oluşturur. Dünya üzerindeki birleşmiş finans piyasaları, enformasyon sistemleri ve iletişim teknolojileri sayesinde, çok kısa bir zaman dilimi içerisinde milyon dolarlık işlemlerin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bu küresel finansal akışı, sermayeleri dolayısıyla yatırımları, emeklilik fonlarını, borsaları ve döviz takasını vb. birbirine bağımlı hale getirmektedir (Castells, 2005). Yani dünyada küresel ekonomi ile birlikte tüm insanlık birbirine daha çok bağımlı hale gelmiştir. Ancak bunu söylerken her şeyin iyi yönde geliştiği anlaşılmamalıdır. Küresel ekonominin insanlığa toplu bir refah ortamı sağlamaktan çok uzakta olduğu söylenebilir.

Uluslararası Ticaret, ulusal ekonomiler arasında tarihin çok erken dönemlerinde bile bulunmaktadır. Küresel ekonomi içerisinde rolü diğer ana elemanlardan daha az olmasına karşın, uluslararası ticaret, yirminci yüzyılın son çeyreğinde ülke ekonomilerinin de önemli bir parçası haline gelmiştir. Uluslararası ticaretin enerji dışı payının önemli bir kısmını mamul mallar oluşturmaktadır (Castells, 2005). Hammaddelerden çok üretilmiş mallar ticari dolaşımda olması; uluslararası ticaretin ulaşım ve iletişim alt yapısının katkısı ile bir sektör haline dönüştüğünü göstermektedir.

Küreselleşme ile birlikte gelen yeni yüzyılın yeni ekonomik düzeni, insanı da şekillendirmektedir. Eğer bir ürünü, ürün olarak tüketiyorsak; anlamını da reklam olarak tüketmekteyiz (Baudrillard, Consumer Society, 1998). Bir malın günümüzde

ufak değişikliklerle yüzlerce çeşidi üretiliyor ve başkasında olmayana sahip olma arzusu ile yanıp tutuşan insan, bu ürünleri tüketmek için yarışıyor. Amerikan modeli tüketim alışkanlıkları, yirminci yüzyılın sonunda Batı Avrupa ile başlayarak; günümüzde artık gelişmekte olan ülkelere kadar yayılmıştır. Bu akımın öncülüğünü ise reklamcılık yapmaktadır. Reklamlar her bir bireye eşsiz olduğunu ve aynı zamanda herkes gibi olduğunu söylemektedir (Baudrillard, Consumer Society, 1998). Böylece satın alma davranışında özgür olduğunu düşünen insan yeni bir insanlık modeline ulaşır ve herkes kadar sıradan olur. Tek tip giyinir, tek tip yer, tek tip eğlenir. Küreselleşme biricik tüketicilerini kitlesel tüketime yönlendirmektedir. Baudrillard'ın tanımladığı tüketim toplumu böylece oluşturulur.

Amerikan tüketim modelinin oluşumunda Edward Louis Bernays'in Sigmund Freud'un teorilerinden yola çıkarak "Halkla İlişkiler"i keşfi ve bunu kitle iletişiminde kullanmasının büyük bir etkisi vardır. Freud'a göre insanın hayvansı tarafı kontrol altında tutulmalıdır. Bernays de işte bu kontrolü, bilinç altına etki ederek; kitlesel bir mekanizmaya dönüştürmeyi başarmıştır. Hiç şüphesiz kadınların da sigara içmesini destekleyen deneyi bu anlamdaki ilk başarısıdır. Böylece sigara üreticileri kazandıkları parayı ikiye katlamışlardır. Yani asıl amaç insanın mantık dışı davranışlarını parasal kazanca dönüştürmektir (Curtis, 2002; Gorz, 2011). Böylelikle reklamın bambaşka bir boyut kazanarak; küresel ekonominin ajanlığına soyunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Tabii burada reklamın en çok grafik anlatım yolu ile ses bulduğunu söylemek gereklidir.

Baudrillard'a (Consumer Society, 1998) göre bireyin özgürlüğü küresel ekonominin kalbidir. Hipermedeniyet çağının kalbinde saf doyum ve hazcı yaklaşım yatar. Buna göre özgürlükle kasıt, insanın içindeki çocuk ortaya çıkartılmış ve bilinçsizce tüketim yapmasının önü açılmıştır. Ancak tüketimin yeni büyücüleri bireyi mutluluktan patlama noktasına asla getirmemekte; hep isteyeceği ve doymayacağı bir tüketim havuzu ve arzusu yaratmaktadır. Bunun için de insanın içindeki engellenmiş tabular, süper egolar ve suçluluk hissi kullanılmakta; sosyal yapı maddileştirilmektedir. Tüketilmesi istenen mala talep arttırmak için sadece "Bunu al" gibi basit bir emir, kitlesel tüketimde kullanılamaz. Küresel ekonomi toplumu istenen malın ya

da malların tüketimine yönlendirmek için, bir arzu görüntüsü yaratmaktadır. Bunun örneklerini her dönemin reklamlarında görmek mümkündür. İster bir ailenin sahip olacağı bir otomobil (Resim 1), ister kadının kokusuyla elde edeceği çekicilik (Resim 2) toplumda arzu yaratmak amacındadır.

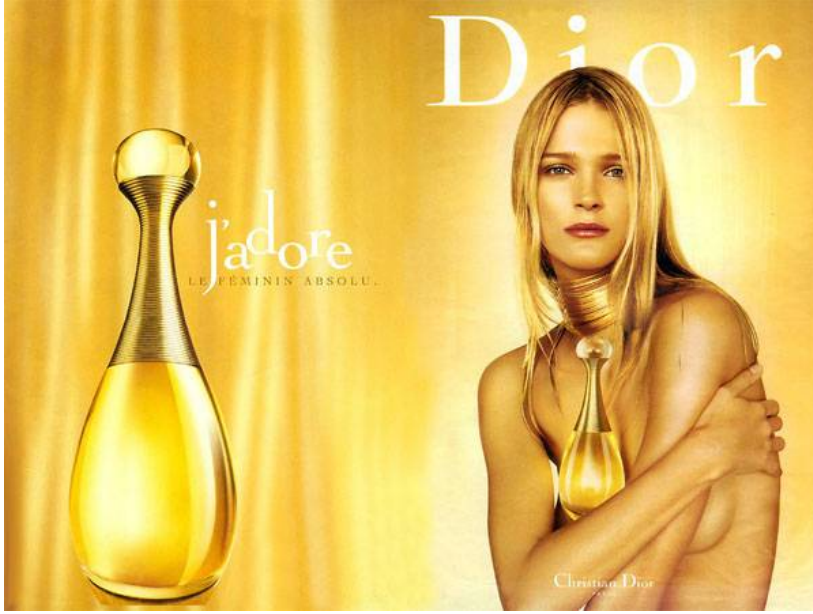


Resim 1 : Ford Reklamı, 1920'ler.

http://designrfix.com/inspiration/popularity-vintage-retro-adverts?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter&utm_campaign=Feed%3A+Designrfix+%28designrfix%29

Tüketim küresel ekonominin tekerleğidir ve Endüstri Devrimi sonrasında yerleşen kapitalist sistemin ayakta kalabilmesini sağlar. Unutulmamalıdır ki bu kapitalist sistemin ürettiği bunalımlar, tarihte tüketimin artırılması ile çözümlenmiştir. An-

cak günümüzde bu sistemin tıkanıklıklarını ve çözümsüzlüklerini bizzat kapitalizmin simgesi Amerika Birleşik Devletleri'nde görmekteyiz.



Resim 2: Chirstian Dior, J'adore ((Ben Seviyorum), parfüm reklamı

http://urun.gittigidiyor.com/CHRISTIAN-DIOR-JADORE-BAYAN-PARFUMU_W0QQidZZ36814238#aciklama, 21.07.2011, 17:00

Küresel ekonominin kalbi olan tüketimde, artık insanın ihtiyaçlarını karşılaması durumundan çok daha öteye gidilmiştir. Tüketim, aktif olarak bir ilişkiler sistemi ve bizlerin bu küresel kültüre olan cevabımızdır. Tüketim sadece bir maddi olgu ya da bir fenomen; yediğimiz yemek, giydiğimiz elbise, sürdüğümüz araba, algıladığımız sözlü ve yazılı mesajlardan ibaret değildir. Tüm bunların düzenlenmesiyle oluşan, işaretlerin manipülasyonu ile ulaşılan sistematik bir harekettir (Baudrillard, The System of Objects 1998). Herhangi bir ürünün, bir dergi sayfasında veya bir reklam filminde içeriği ile doğrudan bağlantı kurduğumuzu düşünürüz. Ancak içerik her zaman tasarım tarafından biçimlendirilmektedir ve tasarım bizim ürünü ne şekilde algılayacağımızı ya da ona karşı ne hissedeceğimizi önceden belirlemektedir. Görüntü bizi pek çok etki kullanarak baştan çıkarmaktadır. Fakat günümüzde bizi asıl baştan çıkaran NIKE'nin kullandığı gibi, fikirdir. (Resim 3) Bu tasarımın en büyük gücüdür (Poynor, 1999). Yani artık dünyada neyi tüketeceğimize biz değil, üreticiler karar vermekte ve bunu bize bir takım şartlanmaları yaratacak

reklamlar, işaretler ve görüntülerle kabul ettirmektedirler. Artık insanlık ne yapacağına karar verememektedir. Bu kararları yönlendirmek için grafik dil önemli bir iletişim biçimidir. Tasarımcının kendisi de mesajlar ürettiği toplumun içerisinde yaşar ve her ne kadar belli bir mesafede dursa da kendisini toplumdan soyutlayamaz (Blauvelt, 1994). Bu durumda grafik dili yaratan da onun tarafından yönlendirilmektedir.



Resim 3: Nike Reklamı, Wayne Rooney, İngiliz Futbolcu

http://4.bp.blogspot.com/IQybtbVrLI/TXOGTsuIqgI/AAAAAAAAAPc/ZwCOCOV9rEM/s1600/rooney_2_1600x1200.jpg

Tüketimin insan üzerindeki etkisi de giderek artmaktadır. İnsanlar artık zenginlikleri oranında tüketim malları ile çevrelenmektedir. Hatta insan anatomisinde teknolojik uygulamalara paralel olarak kimi değişimler yaşandığı da bilimsel araştırmalarla ortaya konulmaktadır. Hatta öyle ki; geçmiş dönemlerde bir alet ya da obje nesiller boyunca kullanılmaktaydı. Ancak günümüzde biz nesnelere hayatımıza girip bizimle yaşayıp; öldüklerine tanık olmaktayız (Baudrillard, Consumer Society, 1998). Kendi yaşam döngülerine sahip nesnelere, bizzat insan yapımı olmalarına

karşın doğanın kanunları tarafından yönetilmemektedirler. Tüm bu insan yapımı nesnelere bütünü, kendilerine alışveriş merkezlerinde, sokaklardaki vitrinlerde yaşam alanı bulmaktadırlar. Çevremizi tüm ışıkları ve çekicilikleri ile sarmış ışıltılı paketlerdeki tüketim malları, bizleri insanlığın bambaşka bir evresine çekerken bir yandan da tüm alışkanlıklarımızı kökten değiştirmektedirler. Artık insanlık savaş zamanının kıtlığından kaynaklı katık etmek mantığından uzaklaştığı gibi; her şeyin geçiciliğini benimsemiş durumdadır.

Keen'e (2010) göre, ağ (web) kapitalizmin yeni şekli ve sosyal ağlarda bir sonraki adımıdır. Küreselleşme ve sanallaşma, kapitalizmin endüstri toplumunu dönüştürdüğü yeni biçim olarak tanımlanmaktadır. Burada üretim sanallaşmakta ve dijitalleşmektedir. Küresel ekonominin günümüz insan hayatına belki de en büyük etkisi tüketim yoluyla, yaşayış ve en önemlisi algılayış biçimlerimizi değiştirmiş olmasıdır. Kapitalizmin geldiği bu son noktada, insan tükettiği nesnelere aracılığı ile iletişim kurar duruma gelmiştir. Lasn'e (2002) göre bir sonraki devrim –III. Dünya Savaşı- kafamızın içinde gerçekleşecek. Marshall McLuhan'nın (2001) da dediği gibi, gerilla bilgi savaşı, sokaklarda, havada, ormanlarda, uluslararası balıkçılık sahalarının sınırlarında veya başka açık denizlerde değil, gazete ve dergilerde, televizyon ve radyoda ve sanal alemde gerçekleşecektir. Küresel ekonominin tetiklediği ve desteklediği küresel siyaset ve küresel kültür de işte bu durum ile doğrudan ilişkilendirilebilir.

1.1.2 Küresel Siyaset

Siyasal olarak küreselleşme, uluslararası dünya düzeninin değişiminin sonuna işaret eder. Bir başka deyişle, ulus devletlerin egemenliğinin sonudur. Ulus devletlerin çöküşü, kimilerince politikanın çöküşüne, kimilerine göre de uluslar üstü bir düzenin egemenliğine yol açmıştır (Hardt ve Negri, 2008). Küreselleşmenin siyasal ayağı, daha önce de belirtilen tek süper güç Amerika Birleşik Devletleri'nin siyasal olarak dünyaya hakim olmasıdır. Bizzat eski Amerikan başkanı Bill Clinton, dünyayı

bir apartmana, Amerika'yı da apartmanın en üst katında oturanlara benzeterek; bu görüşü deklare etmiştir (Kongar, 2005).

Hiç şüphesiz küresel siyasetin merkezinde propaganda yatmaktadır. Sanat doğası gereği her zaman propaganda aracı olarak kullanılmıştır. İster Hamurabi Yazıtlarında, ister Roma heykellerinde, ister kilise tavanlarında, sanatın iletişim kurduğu yol ve biçim kimin için iletişim kurduğu ile doğrudan bağlantılıdır. İnsanoğlu sanatın iletişim gücünü keşfettiği an onu kendi lehine kullanmaya başlamıştır. Küresel siyasette, dünya savaşları ve öncesinin propagandası artık halkla ilişkiler adını almış; kitlesel iletişimin küresel ekonomi ile güçlü beraberliğini desteklemeye başlamıştır. Halkla İlişkilerin mucidi Edward Bernays, aynı zamanda Sigmund Freud'un yeğenidir (Curtis, 2002). Yüzyılın düşünce biçimini değiştiren Freud'un psikanaliz yöntemini, barış zamanı propagandası için kullanan Bernays, küreselleşmenin yayılmasını oldukça hızlandırmıştır.

Edward Bernays, Freud'un psikanaliz yöntemini okuduktan sonra, insanın bilinç altındaki güdülerinin, sadece bireysel değil, aynı zamanda kitlesel davranış biçimlerine yol açtığını keşfetmiştir. Böylece bilginin, davranışı yönlendirebileceği gerçeğini anlamıştır (Curtis, 2002; Gorz, 2011). Gerçi bu durum çok daha önce kendini göstermektedir. Ancak Freud'un çalışmaları ile beraber bir bilimsel temel oluşturulmuştur. Böylece propaganda sadece savaş zamanında uygulanacak bir yöntemden, barış zamanının günlük hayatı içerisine sızacak bir başka forma doğru evrilmiştir. Sigara kullanımının kadınlar arasında yaygınlaşması Bernays'in ilk projesidir (Curtis, 2002; Gorz, 2011). Böylelikle sigara üreticilerine iki kat tüketici kazandıran Bernays, kitlesel tüketimin de insanlara nasıl empoze edileceğinin anahtarını bulmuştur. Baudrillard'ın da aktardığı gibi burada güzel olan, "homo emconomicus"un neye ihtiyacı olduğunun bilinmesidir (Baudrillard, Consumer Society, 1998). Yani tüketici insanın ihtiyacı önceden belirlenmiştir ve buna göre bir sunum gerçekleştirilmektedir. Bu durumda insanoğlunun ihtiyaçlarını daha çok psikolojik olarak algılamak gerekir. Ayrıca Gorz (2011), Bernays'in Başkan Hoover'dan 1928 yılında aldığı; "Siz insanları yorulmak bilmez mutluluk makinelerine dönüştürdünüz" övgüsüyle, kurulu

düzen için potansiyel tehlike olan yurttaşları uysallaştırma konusundaki uzmanlığının üzerine vurgu yapmaktadır.

Küresel siyaseti yönlendiren küresel ekonominin ta kendisidir. Daha önce de bahsedildiği gibi dünyayı yöneten çok uluslu sermaye aynı zamanda dünya siyasetini de yönetmektedir. Bu satırların yazıldığı günlerde Amerikan ekonomisinin krizin eşiğinde olmasının yegane sebebini senatonun ekonomi konusundaki karar vereme durumu oluşturmaktadır. Yine bu durum da ekonomik lobilerin oluşturduğu bir çekişme ortamından kaynaklanmaktadır. Küresel siyaset, yirminci yüzyılı daha Birinci Dünya Savaşı ile birlikte Amerikan odaklı yaşamaya başlamıştır. Birinci Dünya Savaşı sonrasında Fransa'daki Dünya Barış Konferansı ile başlayan süreçte Amerika, Avrupa'ya demokrasiyi getiren bir kurtarıcı olarak propagandalar yolu ile boy göstermiştir (Curtis, 2002). Bu siyasi hakimiyeti halen süren Amerika'nın, farklı coğrafyalara da aynı demokrasi vaatleri ile gitmesi bir tesadüften daha öte olmalıdır. (Resim 4)

Michael Foucault'nun çalışmaları üzerinden disiplin toplumundan, kontrol toplumuna geçişi anlamlandırmak mümkündür. Disiplin toplumu, endüstri toplumu ile birlikte, toplumsal komutanın, içleme ve dışlama ikilemine dayandırıldığı bir yapıdadır. Toplumsal yapılanma için okul, hastane, fabrika gibi disiplin kurumları geliştirilmiştir ve kapitalist düzenin ilk aşaması bu düzende gerçekleştirilmiştir. Kontrol toplumu ise kumandayı görece daha demokratik, toplumsal aynı zamanda bireye indirgeyerek sağlamaktadır. Dışlama ve içleme davranışları bireylere indirgenmiştir ve teknoloji kullanılarak yaşama ve yaratma duygusundan yoksunlaştırılmaktadırlar (Hardt & Negri, 2008). Kısaca kontrol toplumunda birey, her şeyi özel ve kendisine özgü yaşadığı hissi içerisinde bırakılmakta ama aynı zamanda tüm bu biriciklik tüm topluma uygulandığı için diğer bireylerden farkı kalmamaktadır. Topluma tükettiği kültür üzerinden özel olduğu mesajı verilirken; tek tip bir toplum kontrolü sağlanmaya çalışılmaktadır.



Resim 4 : Amerikan işgalinden sonra Saddam Hüseyin Heykelinin yıkılışı.

http://www.keshertalk.com/archives/2006/04/saddam_toppled.php

Kontrol toplumunda oluşturulan iktidar, bireylerin hayatını izler; yorumlar ve ona uygun olarak kendini eklemeler. Kısaca bu iktidar, her bireye nüfuz ederek; hayatı nesnesi haline getirmektedir. Hayatı üreten iktidarın kendisi olmaktadır (Hardt & Negri, 2008). Küresel siyasetin hüküm sürmesi için kullanılan bu iktidarın, günümüzde demokrasi söylemleri ile yürütülen savaş tarafından desteklendiğini düşünmek hiç de güç değildir. Çünkü küresel iktidar, terör paranoyasını kullanarak, ekonomik çıkarlarını gizlemektedir. Ayrıca topluma tüketeceği görüntüyü göstermesi için de pek tabii tasarımı kullanmaktadır.

Grafik tasarım da, diğer tasarım alanlarının olduğu gibi, politikadan bağımsız değildir. Katherine McCoy, en zararsız içeriğin bile politik önyargılardan bağımsız olamayacağını vurgulamaktadır (akt. Poyner , 1999). Bu durumda politik görüşler bir tasarımcının neyi ne şekilde uygulayacağını yönlendirir. Günümüz küresel siyaseti benzer politikalarla tüm dünyada hakimiyetini gösterirken; tasarımcıların da bundan

etkilenecekleri açıktır. Fakat yine bu küresel siyasete katılıp katılmayacakları tasarımcıların seçimine kalmıştır. Burada ekonomik bazı koşullar da göz önünde tutulduğunda, grafik tasarımcılar sıradan sayılabilecek işlerle, küresel siyasetin görsel hakimiyetinin de yayılmasına yardımcı olmaktadır. (Resim 5)



Resim 5 : Arap Baharı için bir grafik uygulama, Tasarımcısı bilinmiyor.

<http://www.readyfordoomsday.com/2011/08/preparing-for-an-american-spring-protecting-your-home-and-family-from-violent-looters/>



Resim 6 : Mısır gösterilerinden bir fotoğraf, Ravy Shaker

<http://www.csmonitor.com/World/Middle-East/2011/0621/Even-in-Egypt-Arab-Spring-not-yet-secured>

1.1.3 Küresel Kültür

Küreselleşmenin kültür alanı, iki şekilde gerçekleşmektedir. Birincisi, küresel olarak tek bir kültür yaratma çabası, ikincisi ise farklılık kültürüdür (Kongar, 2005). Tekkültürlülük ve çokkültürlülük asıl olarak birbirine tepki olarak doğmamıştır. Tekkültürlülük, Amerika dışındaki ülkeler için küreselleşmenin, Amerikalılaştırma olarak gerçekleşmesi durumudur. Televizyon programları, filmler, spor, ve Amerikan İngilizcesi, pek çok yerel ve ulusal kültürün üzerinde baskınlık kurmakta; hatta onları yok etmektedir. Küreselleşme, kültür alanında da batı merkezli bir biçim almaktadır.

Küresel kültür üzerinde baskı kurmuş olan Amerikan eğlencesi, küresel kültürü yönlendiriyor gibi görünmektedir. Müzik, sinema, televizyon ve daha pek çok alanda yaygın üretimin Amerikan Popüler kültürü tarafından yönlendirildiğini görmekteyiz. Ancak geçtiğimiz yıllarda Oscar Ödüllerinde orijinal senaryo dalında aslında orijinal

hiç senaryo bulunmaması; filmlerin uyarılma ya da yeniden çevrim olması dikkat çekicidir. Amerikan sinemasının bağımsız yapımlarla gündeme geliyor olması; küresel popüler kültürün dışında bir izleyici kitlesi olduğunu bize hatırlatmaya başlamıştır.

Sanatın itici gücü yirminci yüzyılın başında yararlılık anlayışına karşı direnirken; endüstrileşme, kültürü egemenliği altına aldıktan sonra, işe yarar nesnenin türlü seri üretimine geçmiştir. Kapitalizm sayesinde tasarım kültürümüzün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Beykal, 2010). Zira endüstri devriminden önce sanatın karşıtı doğadır. Bu durumun ikili ilişkilerine ileriki bölümlerde değinilmiştir. Günümüz küresel dünyasında artık sadece nesnelere değil insanların hayatları ve ilişkiler de tasarlanmaktadır. Tasarım, hayatlarımızı ve dünyayı estetik hale getirmekle görevli bir kültür ajanı haline gelmiştir. Artık daha estetik görünmek için tasarım tüketilmeye başlanmıştır. Bu durumda artık, modernizmdeki tasarımın altın kuralı “Biçim, işlevi izler” (Form follows function) yerini, “Biçim tüketimi izler” cümlesi almıştır (Beykal, 2010).

Tasarımın kültürel kimliklendirme ile olan ilişkisi, özellikle maddi açıdan çok önemlidir. Kültürel açıdan farklı sosyal grupların keşfi, izleyici ve pazar olarak kültürün ekonomik ilişkilerini ortaya koymaktadır. Benetton gibi ilerici reklam kampanyalarında bize yeniymiş gibi sunulan çokkültürlülük, kültürel çeşitliğin yeni adıdır. Artık her şey moda olarak bize tüketilmeye çalışılmaktadır. Sömürgeciliğin günümüz kapitalist düzeninde yansımaları bulan farklı kültürler, bu şekilde içselleştirilmeye çalışılmaktadır (Blauvelt, 1994). Grafik tasarım, çağın iletişim biçiminin baskın görüntü yaratma yöntemlerinden biri olarak; bu farklılık söylemini çeşitli biçimlerle ifade etmektedir.

Grafik tasarım geniş sosyal güçlerin ürünüdür ve kültür denilen şeye hizmet eder. Grafik tasarımın kültürle olan ilişkisini anlamak için; görsel dilinin toplum içerisinde nasıl işlev gördüğünü göz önünde bulundurmamak; yerinin ve dağılımının anlamına ne şekilde etki ettiğini belirlemek gerekmektedir. Ayrıca grafik tasarımın toplum içerisinde neden var olduğunu ve neye hizmet ettiğini veya edebileceğini ince-

leyecek eleştirel bir ilgiye ihtiyaç duymaktayız (Blauvelt, 1995). Küresel kültürün grafik tasarımla olan içiçeliği, grafik tasarımın çoklukla hizmet ettiği reklam sektörünün hayatın her anına etki etmesinden kaynaklanmaktadır.

Guy Debord'un (2010) bahsettiği "gösteri toplumu", küresel ekonominin ürünü olan toplumun ta kendisidir. Canan Beykal (2010), bir yazısında dünyayı görsel imgeler olamadan algılayamayacağımızı, medyanın da bu imgelerin başlıca yayın organı olduğunu dile getirmektedir. Bu durumda grafik bu gösterinin başrolünde olmalıdır. Tasarımcıların çağdaş gerçekliği yaratmaktan başka bir şeyle bağlantılı olmadığını söylemek abartı olmaz. Bugün tasarımı yaşamakta ve solumaktayız. Tasarım o denli içselleştirilmiş ki; bizi ne kadar sayısız biçimde kışkırttığını, aldattığını ve heyecanlandığımızı fark edememekteyiz. Bu durum tamamen doğaldır ve yeni dünyada işler bu şekilde yürümektedir (Poynor, 1999). Gerçeğin kendisinden de gerçek olan bu gösterinin baş rol oyuncusu hiç kuşkusuz, sabah gözümüzü açtığımız andan uyku için kapattığımız ana kadar bizimle birlikte olan grafik anlatımdır.

Kültürel açıdan, şirket birleşmeleri ve küreselleşmenin artan gücüne karşın, dünya periferilerin ağı haline dönüşmüştür. Bu periferiler, yaşam biçimleri, alt kültürler, baskı örgütleri, lobi grupları, temalı topluluklar, ilgi alanları olabilir. Fakat etiketlerine bakmaksızın bunlar bağ kurular, iletişimler, etkileşimler ve kesişimler. Bu periferileri birbirleri ile ve kültürel kimliğin merkezi ve güçle bağlayan hiç kuşkusuz tasarım faaliyetidir. Bundan kaynaklı olarak da tasarımcılar birer kültür ajanlarıdır (Bruinsma, 2002). Kapitalizmin dönüştüğü biçimde alt kültürler, çok daha önemli hale gelmiştir.

Tibor Kalman (2002), yeni dünya düzenini eleştirdiği yazısında, küresel kültürün, kurum kültürü olduğuna dikkati çekiyor. Eskiden kültürün ticaretin karşısında bir kavram olduğunu hatırlatırken; pek de fazla geriye gitmeden, endüstrinin öncülerinin milyonlarını kültürü desteklemek adına kullandığını vurguluyor. Günümüzde ise milyarderlerden pek fazla şey almadığımızı, sanatçıların ise işlerini içeriğe ve entelektüel mülkiyete indirgediğini söylerken; dergilerin ve filmlerin ürün mesajı ileten sistemlerden daha ileriye gidemediğini iletiyor. Bu durumda dünyada kültürün geliş-

tiğini söylemenin pek anlam ifade etmeyeceği ortada. Gelişen tek kültür, tüketim odaklı ve biz kültür aktörleri, üretici ya da tüketici olarak kendimizi bir simülasyon dünyasında eğlendirmekten başka bir şey yapmamaktayız.

Ancak 2008 yılında Kore’de gerçekleştirilen Tasarım Olimpiyatları’nda Sali Sasaki, “Uluslararası Gelişimde Grafik Tasarımın Rolü” başlıklı bir çalışmayı kaleme almıştır. Bu metinde grafik tasarımın son yıllarda toplumsal sosyal sorumluluk adına kat ettiği mesafe üzerinde durulmaktadır. Sasaki (2011), grafik tasarımın Endüstri Devrimi’nden bu yana grafik tasarımın toplum için bilgi ve teknolojiyi insanlaştırdığını; bu anlamda da tarihi ve siyasi açıdan insanların hayatlarına dokunduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca inandırıcı olabilmesi için kültürle olan bağının çok önemli olduğu noktasında durulmaktadır. Ancak bu noktada grafik tasarımın küreselleşmeyle oluşturulan, yani küresel ekonominin, küresel iktidarının, kontrol toplumu üzerinden kullanımına ne denli açık olduğunu; ve çok sıklıkla suistimal edildiğini de görmek mümkündür. Aynı metin içerisinde örnek gösterilen, Güney Afrika’nın Markalaştırılması gibi durumların, ekonomik ihtiyaçlar doğrultusunda küresel ekonomi tarafından yönlendirildiğini görmek çok da zor değildir. Sonuç olarak grafik anlatım küresel kültürü yönlendirmede kullanılan en etkili biçimdir.

1.2 Enformasyon Teknolojisi Devrimi

Küreselleşmenin ikizi diye adlandırabileceğimiz, günümüz toplumunu şekillendiren diğer bir olgu Enformasyon Teknolojisi Devrimidir. Bilgi Çağı, ya da diğer isimleri ile bilgisayar çağı, dijital çağ, bilginin anında ve özgürce erişebilirliği üzerine kurulmuştur. Bu durum pek tabii dijital devrimin bir ürünüdür ve Endüstri Devrimi’nin getirdiği geleneksel endüstriyel üretimden, bilgi endüstrisine doğru bir geçişi öngörmektedir. Teknoloji devrimi ile gelişen bilgi çağı bizi, bilgi toplumuna yönlendirmektedir. Teknoloji devriminin köşe taşları olarak, kişisel bilgisayarların yetmişli yıllarda evlerimize girmesi ve doksanlı yıllarda internetin dünya kullanımına açılması sayılabilir. Bu iki gelişmenin peşi sıra büyük bir hızla gelişen teknoloji, günümüz küresel iletişim kültürünü, herkesin avucunun içine sığdırmayı başarmış ve

bizleri bağımlı hale getirmiştir. Bu satırların yazıldığı günlerde Apple'ın dehası Steve Jobs'u kaybetmiş bulunuyoruz. Kendisini teknoloji devriminde özel bir yere koyan, iPod, iPhone ve iPad ile iletişimimize yeni yüzyılda yeni bir biçim vermiş olmasıdır. Çağımızın ikilemleri arasında, bir yandan kapitalizmi avucumuzun içine sığdıran Steve Jobs'a ağıt yakılırken; diğer yandan Wall Street'i protesto eden gençler yer almaktadır. (Resim 7)



Resim 7: Wall Street İşgalcilerinden bir görüntü

<http://activistnews.blogspot.com/2010/08/new-yorks-jobless-99ers-channel-anger.html>

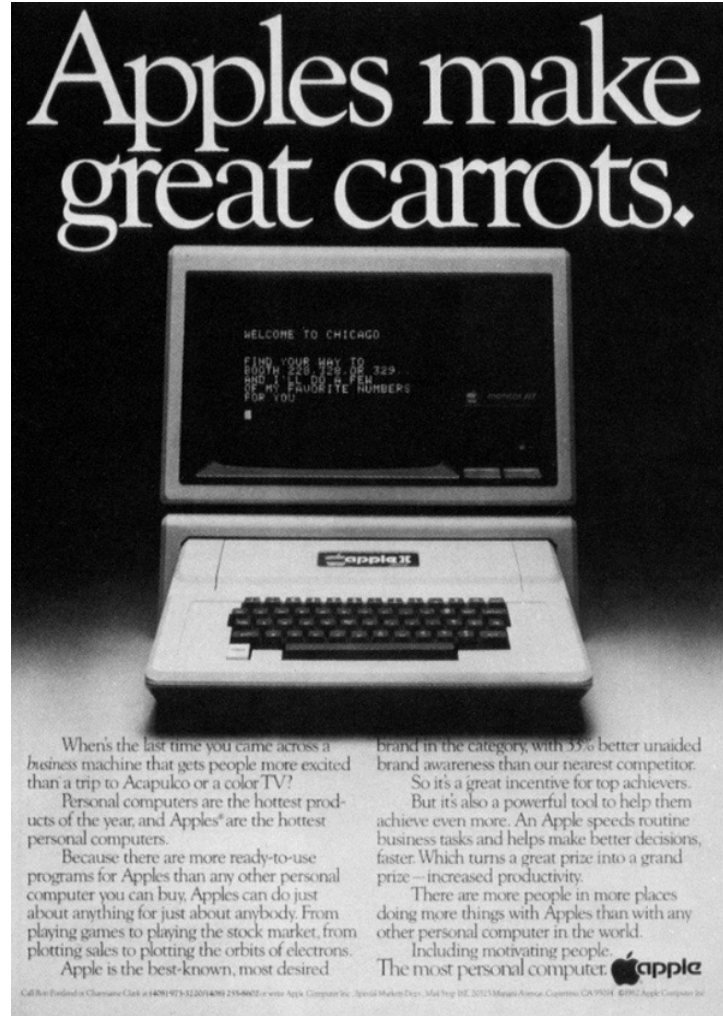
Enformasyon kavramı, Matematiksel İletişim Kuramı'nın basitçe fen bilimleri alanındaki bazı kriterlerin, savaş sonrası dönemde ortaya çıkan enformasyon üzerine uygulanarak; ölçülebilir kılınması ile ilgilidir. Yani bilgi, matematiksel olarak rakamlara dökülmekte; veri, data, byte gibi birimlere dönüşmektedir. Tüm veri işleme sürecinin temeli olan bit (binary digit – ikili sayılar) , aynı zamanda bilgisayarın da temelini oluşturmaktadır. Böylece anlam ve nitelik göz ardı edilerek; bilgi ölçülebilir kılınmaktadır (Törenli, 2004). Kısaca, teknoloji devrimi iletişimi ve bilgiyi nesneleştirerek, bir alış veriş malına; yani kapitalist düzenin kontrol edebileceği bir metaya dönüştürmüştür.

Bir kayaya baktığınızda, yeryüzünü şekillendiren olayların yavaş yavaş gerçekleştiği görülemez. Oysa bizler her değişikliğin yavaş yavaş gerçekleştiğini düşünmekteyiz. Ancak insanlık tarihinde değişimler ani yaşanmakta ve dengeye varma süreci uzun sürmektedir (Gould, 2010). Bu durumda teknoloji devriminin etkisi ile yirmibirinci yüzyılda dengeye ulaşmaya çalışmaktayız. Bell ve Brooks, teknolojiyi “Bilimsel bilginin, şeyleri yeniden üretilebilir bir biçimde yapmanın yollarını belirlemek için kullanılması.” olarak tanımlamaktadır (Castells, 2005). Nicholas Negroponte’nin de (1995) değımiyle, sadece bilgisayarlar, elektronik, bilgi işlem, telekomünikasyon değil, tıp, genetik, nano teknoloji ile birlikte genişleyen dünyamızda, giderek sayısallaşan bir dünyada yaşamaktayız.

Enformasyon Teknolojisi Devrimi ekonomi, toplum ve kültürün somut temellerinde bir kesintiye sebep olan Endüstri Devrimi boyutunda bir olaydır (Castells, 2005). Endüstri Devrimi de, Enformasyon Teknolojisi Devrimi de aslen bilgi temellidir. Endüstri Devrimi bilgiyi üretim için kullanmaktaydı. Ancak ikisi arasındaki fark, Enformasyon Teknolojisi Devrimi’nde bilgi ve enformasyon, bilgi işleme aygıtlarına uygulanmaktadır. Böylece bilgi ve bilgi işleme, birbirini karşılıklı besleyerek büyümekte ve inanılmaz ölçüde hızlanmaktadır. Enformasyon Teknolojisi Devriminde, teknolojinin uygulanmasında kullanıcı birincil derecede rol almaktadır. Bu nedenle internet örneğinde olduğu gibi teknoloji kullanıcısı tarafından da yönlendirilmektedir.

1970’lerde Amerika’da kurulan enformasyon teknolojisi çevresinde oluşan yeni bir teknolojik devrim, Amerikan toplumunun, küresel ekonomi, dünya jeopolitiğı ile etkileşimli yeni bir üretim, iletişim, yönetim ve yaşam biçiminin somutlaşmasıdır. Kırklı yıllarda erken dönem elektronik endüstrisi askeri ağırlıklı olsa da, yetmişli yıllarda yaşanan teknolojik patlama, altmışlarda filizlenen özgürlük kültürü, bireysellik, yenilikçilik ve girişimcilikle ilişkilendirilmektedir (Castells, 2005). Bu durum daha sonra inceleyeceğimiz Kendin yap kültürü ile de ilişkilendiğı kolayca görülecektir. Bireysel gelişim, garajlarda yeni icatlar üreten pek çok genç girişimciyi, silikon vadisinin ve günümüz küresel teknolojisinin tepesine oturtmuştur. (Resim 8) Bu gelişimin getirdiğı hızlı bilgi paylaşımı tüm dünyada yankı bulmuş ve ortamın kendi

özelliğinden de kaynaklı yeni amaçlar ve formlarla gelişimi kontrol edilemez bir etkileşime dönüşmüştür.



Resim 8 : Apple Bilgisayar Reklamı, 1980'ler

http://designrfix.com/inspiration/popularity-vintage-retro-adverts?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter&utm_campaign=Feed%3A+Designrfix+%28designrfix%29

Ne var ki toplum teknolojiyi kontrol edemese de hükümetlerin teknolojiyi baskılamak veya hızlandırmak gibi etkileri bulunmaktadır. Onbeşinci yüzyıla dönecek olursak, Avrupa Rönesans'ı yaşarken; Çin, icatlar konusunda yüzlerce yıl Avrupa'nın önündeydi. Çin, demiri eritip şekil vermekte; zamanı doğru hesaplamada; pusulayla yön bulmada; barut ve patlayıcı imalatında; kağıt ve matbaa ile Avrupa'nın çok ilerisinde olmuştur. Tüm bu donanımla Çin Endüstri Devriminin kıyısında iken Afyon Savaşları, İngiltere'yi sömürgecilik ateşiyle dünyaya açmış; Çin ise içine ka-

panmıştır (Castells, 2005). Böylece basite indirgeyebileceğimiz bu gelişme dünyanın bugününü belirlemiştir.

Çağımızın kalkınma biçimi hiç şüphesiz bilgi üretimi, bilgi işleme ve iletişim teknolojisidir. Enformasyon teknolojisine ivme kazandıran en önemli tarihsel etkin, seksenli yıllarla birlikte, kapitalist düzenin yeniden yapılanma sürecidir (Castells, 2005). Bu durumun karşılıklı bir etki yarattığı da söylenebilir. Çünkü teknolojik gelişimin getirdiği yeni üretim ve örgütlenme biçimlerinin kontrolü için kapitalist düzen, böyle bir yeniden yapılanmaya gerek duymuştur. Günümüze çok benzer şekilde, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Keynesçi kapitalist büyüme modeli, kendi sınırına gelmiştir (Castells, 2005). Enflasyon ve petrol fiyatlarının artışının getirdiği krizin ardından sistem, sınıfların arasındaki dengeyi bozacak başka denemelerle ilerlemeye çalışmıştır. Bugün dünya yine bir sistem çöküşü izlemektedir. Küreselleşme, doksanlı yıllarda teknoloji devriminin yardımı ile kapitalizmi ayakta tutmuştur. Endüstri Devrimi kapitalizmin oluşmasını, Enformasyon Teknolojisi Devrimi, kapitalizmin genişlemesini getirmiştir.

Günümüz dünyasında küreselleşme ve parçalanma aynı zamanda yaşanmaktadır. Dünya büyük bir köy haline gelirken; ülkeler etnik kökenlerine bölünmektedirler. Bunun örneklerini Balkanlar'da, Eski Rusya'da ve şimdi Ortadoğu'da görmekteyiz. Bunun yanında tüm dünya CocaCola içmeye devam etmekte ve bu marka dünyanın en çok bilinen markası durmaktadır. Belki yakın zamanda Apple bu unvanı alacaktır. Asıl kritik mesele Castells'in (2005) aktardığı gibi; yeni teknolojilerle kolektif hafızayı, evrensel bilimle cemaatçi kültürleri, duygu ile akli ne şekilde birleştireceğimizdir (2005). Korkutucu olan bu birleşmenin oluşmuyor olmasıdır. "The Virtual Revolution" (Sanal Devrim) başlıklı BBC yapımı belgeselde Dr. Krotoski'nin (2010) Prof. Sherry Turkle ile yaptığı söyleşide, yeni teknolojinin biçimlendirdiği yeni iletişim biçiminde bireyin, bilginin özgür akışını istediği aktarılmaktadır. Bunun yanı sıra, yeni bilgi alış verişi bilindiği anlamdaki, ağ oluşturma, örgütlenme, bütünleşme ile gücünü arttırmaktadır. Ancak Batılı özne kavramını değiştirmiştir. Bu verilerin ışığında Enformasyon Teknolojisi Devrimi, bireyi akıl almaz bir yalnızlığa ve krize sürüklemektedir. Bir taraftan da Avrupalılık, Ameri-

kalılık gibi birleştirici kimlikler altında ulusal ve etnik kimliklerin yükselişini görmekteyiz. Yani günümüz dünyası, teknoloji, ekonomi ve siyasetle beraber insanın iç dünyasında da küreselleşmeyi ve parçalanmayı yaşamasına yol açmaktadır.

1.2.1 Bilgi Teknolojileri ve Bilgi Toplumu

Teknoloji toplumu belirlemez; onu temsil eder. Ama toplum da teknolojik yenilikleri belirlemez; kullanır. Toplum ve teknoloji arasında karşılıklı bir ilişki vardır (Castells, 2005). İkinci Dünya Savaşı sonrası yeniden yapılanan kapitalist sistem, altmışlı yıllarda Soğuk Savaş Desteği ile yürütülen teknolojik araştırmalar Enformasyon Teknolojisi Devrimi'ni tetiklemiş gibi görünse de; tüm bu teknolojik gelişmenin bir sonraki aşamaya geçişini aslında, mikroişlemci dolayısıyla yaratılan; taşınabilir boyuttaki bilgisayarlar borçluyuz olduğumuz bir gerçektir. Yani Enformasyon Teknolojisi Devrimi öncül bir takım gelişmelerin sonucunda değil de, belli bir gelişmenin etkisiyle, öncüllerin üzerine inşa olmuştur. Dolayısıyla Enformasyon Teknolojisi Devrimi toplumsal bir tetikleme ile değil teknolojik bir keşfin sonucu ortaya çıkmıştır.

Bilgi toplumu kavramına ilk rastladığımız yıllar 1948 tarihine kadar geriye gitmektedir. Norbert Wiener o yıllarda bilgisayar teknolojisinin herkesin evine gireceğini öngörmüştür (Törenli, 2004). Günümüzde artık insanların avucunda taşıdıkları bir bilgi kaynağına ulaşmış bulunmaktayız. Yine Wiener, bilgi toplumunun, bilgi alışverişinin kesintisiz olması şartıyla ayakta kalabileceğini söylemektedir (Törenli, 2004). Ancak günümüzde teknolojinin eriştiği noktada, kimi bilgilerin gizliliği veya erişiminin engellenmesi gibi durumlar söz konusudur. Bilgi toplumunda sanal dünya ve gerçek dünya arasında kimi paralellikler görülmektedir. Sadece sanal olarak değil dünya fiilen küreselleşmiştir. Kurulan ekonomik topluluklar fiziki sınırları ortadan kaldırmış ve ekonominin serbest dolaşımına olanak sağlamıştır. Bu durum bilgi toplumunda teknolojik gelişmelerin tetiklemesi ile karşılıklı bir etki yaratmaktadır.

Endüstri toplumunun dönüştüğü bilgi toplumunda, İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemdeki kapitalist yeniden yapılanma, teknoloji ile birlikte hedef gösterilen bir model olmuştur. Bilgisayar teknolojisi, endüstri toplumunda öncelikli olarak kontrol ve kumanda sistemlerinin yerini almıştır. Günümüzde ise mega fabrikalarda sadece iki elin parmağı kadar işçinin çalıştığını görüyoruz. Bu durumda teknoloji toplumu, ekonomik olarak da zorlayan bir noktaya yerleşmiş bulunmaktadır. Kısaca toplumdaki üretimin odak noktası maddeden bilgiye kaymıştır (Törenli, 2004). Günümüz toplum modelinde, ekonomi, siyaset, kültür, iletişim yani toplumun tüm uzantıları, bilgi işlem teknolojileri ile bağlantılı ve bunlara bağımlıdır.

McLuhan da (2001) benzer şekilde toplumdaki değişimleri teknolojik değişimlere bağlamaktadır. Burada teknoloji insanın doğayı kontrol etmesi olarak algılanır ise, yazı insanoğlunun ilk teknolojik gelişmesi sayılabilir. Ivins de insanoğlunun okuryazarlığı üzerinde durur. Ayrıca Ivins'in (1989) fotoğrafının insanoğlunun görsel algısında yarattığı etkiyi ele alışı da yine bir teknolojik değişime işaret etmektedir. Ayrıca McLuhan ve Povers, (2001) "Global Köy" isimli eserlerinde, günümüz teknolojilerinin insanla arasında oluşturduğu fiziksel paylaşım ve aidiyet duygusunun azalmasına karşın; fiziksel olmayan bağımlılığın artması ile, Dünya'nın büyük bir köye dönüşeceği öngörüsünde bulunmaktadır. Teknoloji Devrimi Sonrası toplumsal yapıda farklılığı, temel olarak bilginin, insanın bakış açısını değiştirecek güçteki değişimi olduğunun da altının çizilmesi gerekmektedir (Bell, 1974). Tıpkı bir zaman insanlığı kabile toplumundan, okur yazar topluma geçiren yazının icadı gibi.

Bilgi teknolojileri, bilgi kültürünü yaratmış ve dünyayı silip süpürmeye başlamıştır. Bilgi kültüründe her şey bilinebilir ve aynı zamanda herkes bilmek istegindedir. Kapitalist düzende hayatta kalmanın temsili tecrübesi olarak, pazarlama alışkanlıklarını anlamak gerekir ve bu insanları zeki ve bilgili hissettirir. Aslında evet bilgi toplumunda insanlar zeki ve bilgilidir (Riley, 2002). "Farkındalığın şoku" elektiriksel bilgi ortamında, azınlıklar daha fazla göz ardı edilemez. Artık çok fazla insan birbiri hakkında çok fazla şey bilmektedir. Yeni yaşam ortamımız sadakat ve katılımı zorunlu kılmaktadır. Birbirimizle geri dönüşü olmayan biçimde etkileşime geçmiş bulunuyoruz ve birbirimizden sorumluyuz (McLuhan & Quentin, 1967). McLuhan,

altmışlı yılların artan bilgi alışverişinin insanlar üzerindeki etkisine toplumsal sorumluluğun ve karşılıklı bağımlılık düzeyinde etkin etkili olması gerektiği görüşündedir.

Sherry Turkle'a toplumdaki bireylerin iletişimleri açısından kulak verirsek; günümüz teknoloji toplumundaki bireyler, gitgide daha çok birbirini dikizlemektedir. Yeni nesil, bilginin özgürlüğünü ve kendi hakkındaki bilginin de erişilebilir olmasını istemektedir. İnsanlar, kendileri hakkındaki bilgiyi bu özgür ortama koyarken pek de düşünmemekteler. Oysa bu aynı zamanda politik bir durumdur ve birileri bunu kendi yararına kullanabilir. Her yerde demokrasi adı altında izlemeye alınmaktayız. Özel hayatla demokrasi arasındaki çizgiyi de teknoloji bizim adımıza kaldırmaktadır. Aynı zamanda kendilerinin başkaları hakkında bildiği bilgiye dayanarak; başkalarının onlar hakkında bilebilecekleri hakkında şüpheye kapılmaktadırlar. Bu aşamadan sonra ise insanlar teknolojiden kaçarak gizlenmek isteğine kapılmaktadırlar (Krotoski, 2010). Bilgi toplumunun çok bilen bireyleri, günümüzde belli bir psikolojik baskı altında yaşamaktadırlar. Buna karşılık ya psikolojik bir bozukluk geliştirmekte ya da bilinçlenerek bilginin paylaşımına sınır getirmeye çalışmaktadırlar.

Bir dönemin uyuşturan bitkisi soma, sonraların televizyonu ve belki de şimdinin sanal dünyasına dönüşmüş durumdadır. Tüm bu araçlar kalabalıkları sakin ve pasif tutmuş ve düzeni sağlamıştır. Bu durum bilgisizliği cesaretlendirmektedir (Lasn, 2002). İnsanlığın doğuşundan bu güne toplum, köklerini kimliğe dayamıştır. Bu durumda günümüz insanının sahiplendiği kimlik de toplumsal yapıya yansımaktadır. Günümüz küresel dünyasında insanlar giderek kimliklerini anlamaların değil, görüntülerin etrafında örgütlenmektedirler. Toplumlar Ağ ile Benlik arasında çift kutuplu bir karşıtlık etrafında yapılanmaktadır (Castells, 2005). Aslında teknolojinin bize verdiği olanaklar bizi bilgisizliğe mi yönlendirmektedir? Eğer bilgiyi nasıl işleyeceğimizi bilmez isek bu kesinlikle bizi "kopyala yapıştır" bir toplum haline getirebilir. Sadece görüntü olarak uygar olmak toplumu uygar yapmaya yeterli değildir.

Bugün Amerika'nın savaşa harcadığı parayla bütçesindeki açığın, vatandaşını kazandığı paradan daha fazla borç içinde bırakması, bir zamanların imparatorluk-

larının fetih ve zaferler için düştükleri duruma aslında ne kadar da çok benzemektedir. Ancak bilgiyi yönlendirme gücü olan her hükümet, başta belirttiğimiz gibi bilgiyi kendisi için kullanabilir. Günümüzde Türkiye’de bile Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı’na bağlı Bilgi Toplumu Dairesi bulunmaktadır. O halde devletler yeni düzende teknolojiyi kendi bilgi toplumlarını yönlendirmek için kullanmaktadırlar.

1.2.2 İnternet ve Sanal Kültür

Bilindiği gibi internet, 1960’larda ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu’nda, olası bir Sovyet zaferinde Amerikan iletişim ağlarının çökmesi ihtimaline karşı, bir gerilla taktiğinin elektronik uygulamasıdır. Temelde, tek bir merkezden kontrol edilemeyen ve pek çok bilgisayarın sayısız bağlantı ile birbirine bağlanacağı bir ağ mimarisine dayanmaktadır. Bu sistem soğuk savaşın ardından her geçen gün kullanıcı sayısını katlayan; küresel bir iletişim biçimine dönüşmüştür (Castells, 2005). O denli güçlü bir iletişim ağı haline gelmiştir ki; 1999’da Seattle’da Dünya Ticaret Örgütü’ne karşı yapılan protestolar, 2011 yılına damga vuran Arap Baharı, şimdilerde Amerikan Ekonomisini topa tutan Wall Street protestocuları internet üzerinden örgütlenmektedir.

1950’lerde Sputnik fırlatılışıyla birlikte Amerikan ordusu teknolojik bir panik yaşamıştır. Amerikan Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu (ARPA), internetin temellerini bunun üzerine atmıştır. Bu iletişim sisteminin amacı nükleer saldırılardan etkilenmemesiydi. Herhangi bir kontrol merkezi olmayacağı için saldırılara karşı güvenli olması planlanmıştır. Dijital teknolojinin her türlü veriyi iki rakama indirmesi bu ağın oluşturulmasına olanak sağlamıştır ve 1969’da ARPANET adıyla ilk bilgisayar ağı kurulmuştur (Castells, 2005).

Uydu teknolojisinin gezer vericilerin verilerini Dünya’nın başka bir ucuna iletebilmesi; yine askeri açıdan büyük bir gelişme olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca uydu teknolojisinin sadece aynı ağ içerisinde değil başka ağlarla da iletişimi sağlayabiliyor olması bugünkü internetin kapılarını aralamıştır (Abbate, 1999). 1983’te bi-

limsel amaçlı ARPANET, askeri amaçlı MILNET ile ayrılmıştır. 1980'lerde IBM desteğiyle BITNET kurulmuş olsa da temelde bütün bu ağlar ARPANET'i kullanmaktaydı. Takip eden yıllarda ARPA-INTERNET sadece internet olarak anılmaya başlanmıştır. İnternet alanında sadece domain adlarını vermekle yükümlü bir örgüt bulunmaktadır. Bunun dışında bir sorumlu kuruluş bulunmamaktadır (Castells, 2005). İnternetin doğası gereği de bir kontrol olmayacağı açıktır.



Resim 9 : 2010 yılı sosyal ağ haritası

<http://www.pamorama.net/2011/01/30/65-terrific-social-media-infographics/>

İnternet'in gelişiminde, Amerikan Savunma Bakanlığı, Ulusal Bilim Vakfı, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü, Kaliforniya Üniversitesi Los Angeles, Stanford, Harvard gibi üniversiteler, şirketler ve bunları birbirine bağlayan ağlar bulunmaktaydı. Tüm bu bilimciler, öğrenciler ve mucitler, askeri hedeflerin ötesinde yepyeni bir mecra yaratmış bulunmaktadır (Castells, 2005; Abbate, 1999). Ancak internet denen mecranın ilginç yönü uygulamaların çoğunun ilk kullanıcılar tarafından geliştirilmiş olmasıdır. Bilgisayarlar arasında kurulan ilk iletişim 1971'deki elektronik postadır. Takiben 1978'de telefon hatları üzerinden veri alışverişine geçilmiştir. Yine aynı yıl ilk ağ tarayıcı kullanılmıştır (Abbate, 1999).

Ancak bugün "World Wide Web" (Dünya Çapında Ağ) olarak adlandırdığımız sistem, internetin uluslararası kullanımını mümkün kılmıştır. Ağ'ın yaratıcısı Berners-Lee, sadece ihtiyacı olduğu için bu buluşu yaptığını söylemektedir. Berners-Lee, CERN'de çalışırken büyük ölçüde veriyi işleyebilecek bir bilgisayara ihtiyaç duyduklarını; bunu da pek çok bilgisayarı bağlayarak yapabileceklerini düşünmüşler; bu doğrultuda farklı işletim sistemleri ve programlarla çalışan bilgisayarları birbirine bağlayabilecek bir dil geliştirmişlerdir (Krotoski, 2010). Bugün bilgisayarımızı açıp internete bağlanmak için kullandığımız programın adres çubuğunda "http" yazdığında aslında bu dili kullandığımızı bilmemekteyiz. Bu "Hypertext Markup Language"nin kısaltmasıdır. Ve "http" bu dilin paylaşımı için kullanılmaktadır. Böylece icat edilen ağ, yine internet üzerinden bedava yayılmış; pek çok yerde önde gelen araştırma merkezleri ilk ağ pencerelerini oluşturmuşlardır. Ancak 1995'te Java yazılımı interneti tam anlamıyla bir bilgi işlem sistemi haline getirmiştir. Bunu takiben seyyar telefon firmaları da internet erişimine dahil olmuştur. İnternetle birlikte telekomünikasyon alanında da olağanüstü gelişmeler yaşanmıştır (Castells, 2005).

Berners-Lee (2010), ağı beyninin bir uzantısı olarak gördüğünü söylemektedir. Ancak insanların eskisi kadar hafızalarının gelişmediğine dair de bazı şüphelerinin olduğunu yadsımamaktadır. Berners-Lee (2010), ayrıca ağın insanlığı bağladığına inanmaktadır. Sosyal ağlar bakımından bu arkadaşlığı işaret edebilir. Ancak buradaki arkadaşlık tanımını iyi anlamak gerekmektedir. Elbette her sorunun cevabını bu ağda bulamayacağımızı vurgulayan Berners-Lee (2010), ağdakilerin birer veri olduğuna

dikkati çekiyor. Yani dünya ile ilgili pek çok sorunumuza cevabı, ağ aracılığı ile bulabiliriz. Ancak ağ bizlere sadece bu verileri koyacak ve birleştirecek yeri sağlamaktadır. İnsanlığın ağ ile olması gereken ilişkisini çok güzel anlatan Berners-Lee (2010), internetin cevap değil yardımcı olduğunu düşünmektedir. Ancak bu ağ içerisinde gelişen yeni bilgi toplumunun bireylerinin, gerçekten bunu algılayabilme yetisine sahip olup olmadığı sorgulanabilir.

Ağın kültürel etkileri üzerine eleştirileri ile tanınan Andrew Keen (2010), internetin güçlü kültürel bir altyapısı olduğu üzerinde durmaktadır. İnternetin, Güney Kaliforniya'nın askeri yapısı ile Kuzey Kaliforniya'nın özgürlükçü yapısının birleşimi olduğunu vurgulayan Keen (2010), bu iki karşıt kutbun özgürlükler anlamında bir araya geldiğini düşünmektedir. Teknolojinin basitçe insan niyetinin yansıması olarak; internetin de onu icat edenlerin ideolojisini, otoriteye başkaldırıcıyı, sembolize etmektedir. Teknolojinin tesadüfi olmamasıyla paralel olarak, Hippi'lerin ve Chris Andrews gibi, günümüz internet entelektüellerinin, serbest piyasa savunucuları hatta radikalleri olması şaşırtıcı değildir. Keen (2010), internetin Soğuk Savaş paranoyası ve Hippi özgürlükçülüğünü birleştirerek, küresel ekonomik dolaşıma yani serbest piyasa dolaşımına olanak sağladığını vurgulamaktadır. Bu da kapitalizmin yeniden yapılanması aşamasında şaşırtıcı olarak görülmemelidir. İnternetin merkezsiz ve uçlardaki durumu aslında Dünya'daki küresel ekonomik durumu ve küresel sermayeyi desteklemektedir.

Keen'in (2010) dikkati çektiği bir başka nokta da internetin yapısıyla birlikte, gelişen kültürel yapılanmada alt kültürlerin tek başlarına kültürler haline gelmiş olmasıdır. Çünkü otoriteye karşı başkaldırı, günümüzün satan metasıdır ve bu şekliyle tüm alt kültürler ayaklanma için desteklenmektedir. Alt kültürler kapitalizmin kalbi durumuna gelmiştir. Bu yüzden Keen'in (2010), günümüz kapitalist baronlarının, sosyal medya sahibi genç adamlar olmasına şaşırmamız gerektiğini vurgulamaktadır. Bugün bu durumu "Street Art" olarak bilinen ve aslen Art Nouveau ile birlikte sokaklara sanatın taşınması ile başlayan ve çağdaş zamanda öncelikli olarak Vandalizm olarak algılanan; sanat dalının, garip bir şekilde paketlenip satılmasında görebiliriz. Hangi mantık, adı sokak olan bir sanatı tuvale geçirip insanlara satmaktadır?

Tabii ki kapitalizmin sınırları tanımayan akıldışılığı satabileceği her şeyi ait olduğu lokasyondan alıp onu yabancılaştırmaktadır.

Tim Berners-Lee'nin (2010) röportajında kendisini bilgisayara doğru iten yolda, okulun daha ilk sınıflarında manyetolar yapmaya başladığından ve giderek daha karmaşık devrelere doğru ilerlediğinden bahsetmektedir. Üstüne üstlük çok açık bir tanımlama ile bunun kendi kuşağına ait bir durum olduğunu söylemektedir. Dikkat edilirse 1955 doğumlu olan Berners-Lee'nin dönemin DIY (Kendin Yap) kültüründen özellikle etkilendiğini görebiliriz. Dolaylı olarak savaş sonrası dünyada ortaya çıkan kendin yap kültürünün ağırlıkta olduğu kadar, pek çok bilgisayar icadında da etkili olduğunu görmekteyiz.

Ancak bambaşka bir kuşağın, internet kuşağının çok farklı özellikler gösterdiğini görmekteyiz. Sherry Turkle (2010), internetle büyüyen yeni jenerasyonun, en basit anlamda bize insan olduğumuzu hissettiren; karşımızdaki yüz ve sesi, fiziksel gerçeklikte istemediğini dile getirmektedir. Sadece yazarak kurulan iletişimde artık yarattığımızla beslenmediğimiz ve yarattığımız tarafından tüketilmeye başladığımızın altını çizmektedir. Üstelik bu durumun sadece kağıt tüketimi azaltmak gibi çok masum durumlarla, iş yazışmalarıyla başladığını gözlemleyebilmekteyiz. Bu denli fazla veriyi kaldıramayan pek çok insan giderek elektronik posta hesaplarını kapatmakta ve insanlığın eski iletişim biçimlerine geri dönmektedirler. Çağımızda işimizi ne kadar kolaylaştırıyor gibi görünse de internet, hayatımızın bir parçası ve bizi insanlığımızdan uzaklaştırmaktadır. Her an sosyal ağlara bağlıyız ancak gerçekten yüz yüze bakıp konuştuğumuz kaç kişi var hayatımızda? Başka bir açıdan ürettiğimiz ve maruz kaldığımız bilginin hızı ve çokluğu karşısında gerçek düşüncelerimizi ne kadar yansıtabiliriz? (Resim 9)

Diğer yandan internetin bize sunduğu sınırsız data ile, insanoğlunun büyük çoğunluğu bu dijital evreni, kendi fiziksel dünyasına tercih etmeye başlamıştır. Sanal gerçeklik, sanal dünya ve sanal kültür artık günlük hayatımızın bir parçası haline almıştır. Bilgisayar ekranında gördüğümüz yazının kendisi de aslında iki rakamın kombinasyonlarının bize gösterdiği görüntüden farklı değildir ve kağıt üzerine geç-

medikçe fiziksel gerçekliğe kavuşamaz. Kapor'a (2010) göre, günümüzde insanlar, sanal topluluklara, anlam ve birliktelik hissi eksikliği ile daha çok ihtiyaç duymaktadırlar. Tüketici ürünleri üretmek ve tüketmek üzerine kurulmuş hayatların, artık insanları mutlu etmediğini vurgulamaktadır. Bu durumda insanların ortak paydalarda buluşabildikleri, kendi hayat bakışlarına benzer insanlarla, hayatın düşük çözünürlüklü halini tercih etmektedirler. Yani insanlar günümüz dünyasının yoz yaşamı karşısında, gerçek olmasa da başka bir dünyayı yuva edinmektedirler.

Howard Rheingold (2010), ağ üzerinde oluşan ilişkilerin de gerçek insanlar tarafından oluşturulduğu için gerçek olduğunu; ancak fiziksel olmadığına vurgu yapmaktadır. Stephen Fry (2010) ise, web olmayan bir dünya bilmeyen günümüz ergenlerinin dünyayı anlayış biçimleri hakkında olumsuz konuşmamaktadır. Günümüz insanının hem eski moda yollarla, hem de yeni teknoloji aracılığı ile dünyayı algıladığını, bu durumun biri ya da diğeri gibi bir seçme durumu olmadığını vurgu yapmaktadır. İnsanlığın geldiği noktada her iki türlü de iletişim gerçektir. Aradaki ayırım birinin sayısal diğeri fiziksel dünyaya ait olması durumudur. Ancak insanoğlu her iki dünyayı da kendinden ayırmamaktadır.

İnsanlık artık yeni bir dünya düzenine fiziksel veya sayısal olarak girmiş bulunuyor. Ancak her yeni biçimin eleştirileri mutlaka olmuştur. Bu eleştiriler çoğunlukla yeni durumun hayatlarımıza uyumlanmasına katkı yaratmayı amaçladığı ortadadır. Ancak tüm bu teknolojik gelişmeler ve dünya düzeni daha önce görülmemiş derecede büyük bir karşıtlık yaratmış ve aynı zamanda bu karşıtlık onun silahları ile büyümektedir.

1.3 Küreselleşmeye Karşı Direnişler

Çağımızda siyasal sistemler, medyanın gösterdiği ilgiye ve liderlere bağımlılar. Liderlerin çoğu zaman varlıkları tehlikeye girmekte; skandallar peşlerini bırakmamaktadır. Bu durum da siyasal sistemlerin git gide yurttaştan uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Toplumsal sorunlar ise küçük gruplar içerisinde kalmakta veya

medyanın da katkısı ile parçalanmakta, yerelleşmekte, gelip geçici duruma gelmektedir. Bu denli bir kaos içerisinde insanlar, dini, etnik, ülkesel ve ulusal kimlikleri etrafında yeniden bir gruplanma eğilimi göstermektedirler. Kolektif seferberlik ve kişisel güvenlik açısından bu sarsak zeminde en etkili olan birleşme dini tabanlı yaşanmaktadır (Castells, 2005). Kapitalizmin, teknolojiyi de arkasına alarak; merkezsiz günümüz yapılanması, küreselleşme karşısındaki grupları ve düşünceleri kolayca bertaraf etmiş görünmekteydi. Ancak; ikibinli yılların ilk on yılını geride bıraktığımız günümüzde teknolojiyi içine sindirmiş olan bireyler, artık küreselleşmeyi yine kendi silahları ile vurmaktadırlar. Arap Baharı, sonrasında İngiltere'deki ayaklanmalar ve 2011 yılını bitirirken Amerika'yı saran Wall Street Karşıtları. Artık insanlar kapitalizme seslerini yükseltirken; bir zamanlar korkulan sosyalizm, ekonomik kriz korkusuyla devletleştirilen bankalar yoluyla tekrar gündeme gelmektedir. Küreselleşme karşıtları hep birlikte küresel ekonomiye karşı çıkmaktadır. Artık ideolojiler karşıt olma durumunu belirlememektedir. Çünkü küreselleşen dünyada karşı olunacak zaten tek bir durum bulunmaktadır. Karşıtlıklar yerini tek ve büyük bir uçuruma bırakmıştır.

17 Eylül 2011'de, Adbusters grubu Wall Street'e ulaştığı günden itibaren devam eden işgal durumu, sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde değil tüm dünyadaki %99'luk kesimi temsil etmektedir. Deniz Ülkütekin(2011), Cumhuriyet Pazar ekinin sayfalarına taşıdığı yazısında işte bu işgal durumunu konu etmiştir. Dünyanın %99'unun geri kalan %1'lik bölümünün refahı için çalışıyor olması gerçekten pek mantıklı gelmemektedir. Bu %99, açlık çekmekte; köleleştirilmekte; medya yoluyla uyutulmakta; hayallere inandırılmakta; borçları çoğaltılmakta; evsiz ve işsiz bırakılmaktadır. Wall Street, kapitalizmin simgesi, küresel ekonominin ve Amerikan ekonomisinin kalbi, işte artık sesini yükseltmek isteyen insanların işgali altındadır. Açık bir çağrı ile dünyanın diğer Wall Street'lerini işgale çağırırmaktalar. (Resim10) Bu eylem 15 Ekim tarihinde dünya çapında yankı bulmuştur. Kimi yerlerde şiddete sahne olmuştur. Tüm bu organizasyonun küreselleşmenin yarattığı beyaz yakalılara karşı artık bir orta sınıfı bile olmayan kitleler tarafından, yine küreselleşmenin silahı internet etrafında örgütlenmiş olması da şaşırtıcı değildir.

Wall Street göstericilerinden Craig Boehman, Amerika Birleşik Devletleri'nde Vietnam Savaşı'ndan bu yana büyük gösteriler yapılmadığını vurgulamaktadır. Bu denli yankı bulan protestoların, "Amerikan Sonbaharı" olarak adlandırılan bu uyanışın, sadece başlangıç olduğunu belirtmektedir. Göstericilerin, şirketlerin devletten elini çekmesini ve Irak ve Afganistan'dan çekilmesini istediklerini belirtmektedir. Hedef alınan düşmanın eski yöntemleri ile göstericilere şiddet uyguladığını; ancak polisin kendisinin de %99'un içerisinde olduğunu bildiğini ve bu açıdan umutlu olduğunu eklemektedir. Günümüzde yayılan işgal, bir sınıf savaşıdır (Ülkütekin, 2011).



Resim 10: Wall Street İşgali'nden bir gösterici, Fotoğraf: Andrew Burton, AP

<http://www.thisisbristol.co.uk/New-York-protest-arrives-Bristol/story-13554468-detail/story.html>

Ancak küreselleşme karşıtı hareket bu isyanla başlamamıştır. Bu isyan, ikibinli yılların şüphesiz en yankı bulan olaylarından ve küresel kriz üzerine çalışan sınıfın yükünün artması ve daha da artacağı yönündeki sinyaller üzerine tertip edilmiştir. Ancak 1999 yılında, bir bin yıl geride bırakılırken küreselleşme karşıtları ilk kez seslerini dikkat çekecek ölçüde yükseltmiştir. Küreselleşme karşıtları ikibinli yılların başlarında kendilerini anarşist olarak nitelendirmektedir. Ancak entelektüel-

ler, altmışlı yıllardaki Marksist köktencilerin aksine, anarşist bir duyarlılığa sahip olduklarını öne sürmektedir (Epstein, 2001). 30 kasım 1999 tarihinde Washington, Seattle’de yeni yüzyıl için ticaretin tartışılacağı, “World Trade Organization” (Dünya Ticaret Kurumu) Bakanlar toplantısı düzenlenmiştir. Bu çağ dönümünde sesini duyurmak isteyen işçi birlikleri, çevreciler, öğrenciler, anarşistler, yerel ve küresel çapta bir örgütlenme planlayarak; bu toplantıyı protesto etmiştir (World Trade Organization Ministerial Conference of 1999 Protest Activity, 2001). Küreselleşme karşıtları yoksulluğa, gelir adaletsizliğine, çevre kirliliğine, su rezervlerinin dağılımındaki adaletsizliğe, küresel ticaretle birlikte yayılan salgın hastalıklara, dillerin ve kültürlerin yok olmasına seslerini yükseltmektedir. Dünyadaki tüm bu dengesizliklerin, küresel ticaret yoluyla oluştuğu konusunda uluslararası araştırmalarla sabitlenmiş kanıtlar bulunmaktadır.

Küreselleşme karşısında birleşen insanlar, küresel sermayenin, ekonomik ve politik yapısını hedef almaktadırlar. 1999’daki gösterilerle birlikte de fiilen güçlerini kabul ettirmişlerdir. (Resim 11) Derin olarak antipolitize edilmiş kitlelerin ideolojik bir tepki duymadan katıldıkları, küreselleşme karşıtları, internetin yapısındaki gibi merkezi olmayan bir yapılanmaya girmişler ve bu sebeple, engellenemeyen bir büyüme kazanmışlardır (Morse, 2003). Yirmibirinci yüzyılın ilk on yılında büyük ölçekli başka bir gösteri görmemiş olmamıza rağmen, küreselleşme karşıtları teorik olarak, internet yoluyla ve akademik çevrelerde argümanlarını geliştirmiş bulunmaktadır. Morse (2003), Jeremy Brecher, Tim Castello ve Brendan Smith tarafından kaleme alınan “Globalization Below” (Tabandan Küreselleşme) başlıklı kitapta, küreselleşmenin ekonomik, politik, kültürel kopuşları üzerinde durduğunu aktarmaktadır. Kitap, küreselleşmenin geri dönülmez girdabında tabandan gelen bir hareketle, insanlığın yararına kurulabilecek bağlantıları konu edinmektedir.

Şimdi “Başka Bir Dünya Mümkün” diye düşünenlerin, küreselleşme karşısında bir devrimi düşünmeleri gerekmektedir. Ancak bu devrimin yerel özellikleri olduğunu, Mısır, Libya, İngiltere gibi örneklerde görmekteyiz. Paylaşım Savaşları sonrası dünyadaki tabloya benzer bir yaklaşımla G8 ülkeleri devrimin travmasındaki ülkelerin doğal kaynakları üzerinde yeni bir planlama gerçekleştirmek için

kolları sıvarken; yeniden yapılandırma toplantıları içerisinde bizzat devrimcilerin bulunmaması dikkat çekicidir. Ancak dünyanın bulunduğu konumunda bir devrim teorisini, ondokuzuncu veya yirminci yüzyıl sosyalist ya da anarşist teorisine dayandırmak büyük bir yanılgıyı da beraberinde getirecektir. Bu durumda küreselleşme karşıtlarının yeni bir devrimin yapısını ciddiyle ele almaları gerekmektedir. Wall Street direnişinde bile giderek güçlenmesine karşılık bir öneri bulunmamaktadır. İsteklerin ne şekilde gerçekleşeceği konusunda bir yöntem önerilmemektedir.



Resim 11: Dünya Ticaret Örgütü Bakanlar Toplantısı Protestolarından bir görüntü, Seattle, 1999

<http://www.citizenstrade.org/ctc/trade-policies/world-trade-organization-wto/seattle-1999/photos-of-seattle-activism/>

Hardt ve Negri (2008), İmparatorluk karışığında yükselen direniş ile temas kurulduğunda dahi politik bir alternatif henüz oluşmadığını desteklemektedirler. Yine de bu küresel yapının karşısına ancak yine küresel bir yapının çıkabileceği üzerinde durmaktadırlar. Yerel özellikler taşıyan direnişlerin, gettolaşma ile karşı karşıya kalacağını vurgulayan Hardt ve Negri (2008), kendi sınırları içerisinde ve otonomi amaçlayan bir direnişin başarılı olamayacağını hatırlatmaktadırlar. Önceki yüzyıllar için yapılandırılmış bir toplumsal biçiminde aynı oranda başarısız olacağını vurgu-

lamaktadırlar. Bu durumda önerilen bir karşı küreselleşmedir. Aslında tarihteki küreselleşme durumlar da aynı şekilde karşı-küreselleşmelerle değişmiştir. Yani Roma İmparatorluğunu Katolik Birliği yıkmıştır. Yeni küresel dünyada, yeni karşı küreselleşmeler bulunmak durumundadır. Ancak farklı olarak artık yerel hiç bir boyutun kalmadığını akıldan çıkarmamak gerekmektedir.

İşçi sınıfı açısından örneklenebilir ve büyük bir etki yaratan Dünya Endüstri İşçileri (IWW) örgütü, Amerika Birleşik Devletleri özelinde ve Meksika'da büyük direnişler örgütlemiş ve başarıya ulaşmıştır. Tüm dünya işçilerini birleştirme ütopyası ile yola çıkan bu örgüt sınırlarını fazla genişletememiş; ancak başarılarının gerisinde kalıcı sendikal yapılar bırakmayı başaramamıştır (Hardt & Negri, 2008). İşte IWW'nin izinden günümüz söylemlerinin geliştirilmesi bize yeni devrimimizi hazırlayabilir. Wall Street İşgali bu açıdan IWW'in izinde gidiyor gibi gözükmektedir.

Soğuk Savaş'ı demokrasinin yendiği ve demokrasinin havarisi Amerika Birleşik Devletleri'nin de dünyaya huzuru getirdiği söylenmiştir. Ancak küresel dünyanın kalbindeki ABD'de bile artık demokrasinin işlerliği sorgulanmaktadır. Küresel dünyada ABD'nin demokrasi götürdüğü coğrafyalar ve görüntüde demokratik olan toplumların altı, küresel savaş durumu ile gün be gün zayıflamaktadır. Aslında Soğuk Savaş, komünizmin sınırlayıcı uygulamasına karşılık, özgürlüğün temsili demokrasiyi koymaktaydı. Ancak şimdi durumun pek de öyle olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca 11 Eylül 2001, dünyanın demokrasi anlayışı açısından bir dönüm noktası sayılmaktadır. Demokrasinin bu denli sorgulanması karşısında, bir direnişin oluşması kaçınılmazdır ve bu direniş, küreselleşmenin tepeden inme yeni biçimine karşı durmaktadır (Hardt & Negri, 2004).

Hardt ve Negri'nin (2004) aktardığı Thomas Jefferson ve Abigail Adams arasında yaşanan mektuplaşmaya konu olan, 1786 Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşanan "Borçluların Ayaklanması" olayı, ABD'nin kuruluş temelinde bulunan yoksulu yoksul, zengini zengin tutma duruma çarpıcı bir vurgu yapmaktadır. Hardt ve Negri'nin (2004) de değindiği gibi, küresel dünyadaki borçlular ayaklandığı takdirde,

1786'dan çok daha kanlı bir durum ortaya çıkacaktır. Dünyanın %99'unun borçlu olduğunu düşünür isek; bu küresel sistemdeki eşitsizlikleri ve çelişkileri ortadan kaldırmanın yolları bulunmalıdır. Aksi taktirde dünyanın sonu gelmez bir savaş dönemine girişini izlemek mümkündür. Artık temsil, çokluğu anlatmakta yetersiz kalmaktadır. Küresel dünyada da demokratik temsilden küresel kamuoyuna bir geçiş görülmektedir. Bunu başaran da internetin özgür ifade alanıdır.

1.4 Küresel Ekonomide Tasarımcının Sosyal Sorumluluğu

Grafik tasarımcı bizzat kültürel yaratılar ortaya koyan ve aynı zamanda bu yarattığı müdahalelerle biçimlenen toplumda var olmanın ikilemini yaşamaktadır. Görsel iletişim tasarımının pek çok formunda grafik tasarımcıdan kendini yaşadığı çevreden soyutlaması ve profesyonel ya da uzman olarak kendini adlandırması beklenmektedir. Grafik tasarımcıların tarafsız ve mantıklı kararlar vermesi beklenmektedir. Ancak grafik tasarımcı da neticede kendisinin ve diğer tasarımcıların yarattığı yapay dokunun oluşturduğu toplumun içinde yaşamaktadır ve toplumla birlikte bu ürünlerin algılanmasında ve içselleştirilmesinde rol oynamaktadır (Blauvelt, 1994). Her ne kadar tasarımcı işi gereği kitlesel iletişimle arasına bir mesafe koymaya çalışsa da, kendini toplumdaki soyutlaması da mümkün olmayacaktır. Bu durum tasarımcının toplumsal sorumluluğunun önemini vurgulamaktadır.

Gittikçe daha çok kamu alanı reklamlarla özelleştirilmektedir (Helm, 2000). 1950'lerden bu yana yatırım seçimlerimizin alt yapıları ucuz petrole ve rahatlık düşkünlüğüne aşırı derecede bağlıdır. Grafikerler Meslek Kuruluşu'nun bir yayını olan DEDİ Kİ, üçüncü sayısında tasarım ekolojisini ele almaktadır. Burada tespit edilen duruma göre şu an dünyanın karşılaştığı zorlukların nedeni tasarımdır. Aslında sistemin tasarımıdır. Bu durumda sistemi yeniden tasarlamak gerekmektedir. Ancak bunun zorluğu nedeni ile sistem içerisinde yapabileceklerimize odaklanılmaktadır. Açık alanlar yerine alışveriş merkezlerine, ofislere, konutlara, tren yolu yerine karayollarına ve hava yollarına trilyonlar bağlamış olduğumuz vurgulanan giriş kısmında, tüm bunların altında, kötü tasarım ve yanlış düşünce tarzını çok uzun süredir sürdü-

rüyor olmamızın yattığı açıklanmaktadır. Plastiklerin doğada çözünmediğini bildiğimiz halde tüketmeye devam ettiğimiz; bisiklet yolları olmadığı için her yere araba ile gittiğimiz vurgulanmaktadır. Sokağa çöp ataları eleştirirken; çöp toplama sistemimizi hiç eleştirmediğimizden; içinde bulunduğumuz sisteme eleştirel gözle bakmadığımız ele alınmaktadır. Hayatımızı ve dünyayı yaşanmaz kılan bu sistemin yerine yeni bir ticari sisteme duyulan ihtiyaç aktarılmaktadır (Eryavuz, Kayalar, Oral, & Turgul, 2002).

Yazıda kimi tasarımcılara tasarımın amacının toplumsal gelişme olup olmadığı sorusu üzerine alınan cevaplara yer verilmiştir. Grafik tasarımcı Thomas Manss, tasarımın sosyal değişimin merkezinde görülmesinin yanlış olduğunu vurgulamakta ve tasarımcıların sınırlarının yine tasarım tarafından belirlendiğini, daha büyük bir görevin tasarımcılara yüklenmemesi gerektiğini ortaya koymaktadır. David Jury ise toplum için tasarımcıların daha etkin bir rol oynamaları için onları sadece bir iletişim kuryesi olarak görmekten vazgeçmek gerektiğini söylemekte; toplumsal sorumluluk almaları için tasarımcıların cesarete ihtiyaç duyduklarını vurgulamaktadır. Lucienne Roberts ise grafik tasarımın sadece satmak amaçlı kullanımının bu alanın potansiyelini küçük görmek anlamına geleceğini; aynı zamanda toplumun üyesi olan grafik tasarımcıların yaşadıkları dünyaya artı değer katmalarının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Domenic Lippa ise tasarımcıların toplumsal sorumluluğunu ikiye ayırmaktadır. Birincil olarak müşterinin tasarıma bakışını değiştirmek; ikincisi ise tasarımı toplumun bütününün gelişimi için kullanmak. Lippa, tasarımcıların, yazarlar, filmciler, sanatçılar ve filozoflarla aynı ligde olduğunu ve bu konularını başkalarının hayatlarına olumlu katkı yapmak için kullanmaları gerektiğini savunmaktadır (Eryavuz, Kayalar, Oral, & Turgul, 2002).

Tasarımın aslında, ekonomik sistemle ne kadar ilişkili bir süreç olduğunu açıkça görmekteyiz. Ekonominin ürünlerini şekillendiren, reklamını yapan, tasarımcılar, sadece biçimi değil diğer yandan da süreci tasarlamakla yükümlüdürler. Yani bir afişin basılacağı kağıdı seçerken gösterecekleri özen de kapitalist ekonominin dünyaya verdiği zararlardan en azından birinin önüne geçilmesini sağlayabilir. Bu durumda yirminci yüzyılın ikinci yarısından ikibinlerin başına kadar doğ-

ru kabul ettiğimiz, kapitalist ekonominin kimi işleyişlerinin sorgulanması gerekmektedir. Tasarımcılar elbette ki bütün bir sistemi değiştiremezler; ancak tasarımın insan hayatının her anında var olduğu düşünülürse küçük değişikliklerin ne kadar etkili olabileceği ve boyutları hakkında fikir sahibi olunabilir. Gunnar Swanson “Biçim talep yaratır.” demektedir (Keedy, An Interview with Rick Poyner, 1995). O halde biçimi başka tür talepler yaratmak için kullanmak tasarımcılara has bir yeteneği gerektirmektedir.

Vanderlans (2000), geri dönüşüm ve yeniden kullanmanın atıkları azaltmak ve tüketimi sınırlamak adına en basit ve en önemli yol olduğunu vurgulamaktadır. Yeniden dönüşüm çemberine katıldığında insanın ne kadar çok tükettiğinin farkına vardığına dikkati çekmektedir. Yeniden dönüşümle birlikte aşırı tüketim dalgasını geri çevirmek ve dünyamıza yardım etmek için bir adım atmış olacağımızın üstünde durmaktadır. Aynı bilinçle yetişmiş kişilerin ise daha bilinçli yöneticiler olacağına inandığını belirtmektedir.

Shaughnessy'nin (2011) yazısında, tasarımcıların Londra'da yaşanan isyanlardaki rolü sorgulanmaktadır. Yazar, politikacıların, bir kişinin vurulmasıyla isyanı tetikleyen başkent polisinin, ülkenin yetersiz fonlanan eğitim sisteminin, küresel ekonomik krizle birlikte gençlik merkezlerini kapatan şehir konseylerinin, özellikle bekar anneler olmak üzere isyancıların anne babalarının, eğlence spor dünyasındaki rol modellerin, küçümsenenlerin, açgözlü bankerlerin ve hatta İngiliz rap şarkıcılarının bu isyanların sorumlusu olarak gösterildiğini vurgulamaktadır. Ancak bu suçlamalara maruz kalmaktan kurtulan bir kesimin daha fazla sorumluluğu bulunduğunu, tasarımcıların da bu olaylarda rolü olduğunu düşünmektedir. İsyanların İngiliz pazarının perakende dükkanlarından bedava ürün elde etmek amacıyla olması bu düşüncüyü kuvvetlendirmektedir. Popüler giyim mağazaları, cep telefonu ve elektronik dükkanları, önde gelen İngiliz giyim markaları bu isyanda yağmacıların hedefi olmuştur. Bu markaların reklama ve tanıtıma harcadıkları para ve yarattıkları imaj düşünüldüğünde hepsinin birer arzu nesnesi haline geldiği görülebilir. İsyancılar, İngiliz şehirlerinin oturmak istenmeyecek mahallelerinden, düşük eğitim başarısına sahip

ve işsizliğin yaygın olduğu yoksul kesimden gelmektedir. Ancak gelişmemiş ülkelerdeki gibi bir yoksulluk anlaşılmalıdır; zira saldırıların pek çoğu “blackberry”den yönlendirilmiştir. İsyancıların telefonları, havalı pantolonları, ayakkabıları olduğu şüphesizdir. Ancak yine de bu grup her gün gözlerinin önündeki tüketim açgözlülüğü aleminden kendilerini dışlanmış hissedecek kadar yoksuldurlar.

Marka sahipleri, reklam ajansları, sanat yönetmenleri, grafik tasarımcılar, fotoğrafçılar, ürün tasarımcıları, pazarlamacılar, mimarlar, stilistler, rötuşçular ve metin yazarları tarafından yaratılan arzu ve tüketim dünyasından dışlanmışlardır. Burada Shaughnessy'nin amacı, tasarımı kötölemek ya da isyancıları savunmak değildir. Ancak son otuz yılda grafik tasarımın ana rolü marka ve arzu yaratmak olduğuna dikkat çekmektedir. Bu durumla parasıyla veya duygusal olgunlukları ile başa çıkan insanlardan zarar gelmeyeceğini; ancak eğitimsiz ve olgunlaşmamış insanların tehlikeye yarattığını vurgulamaktadır. Tasarım devriminin yan etkilerini dikkat çeken tasarımcılara idealist veya naif gözüyle bakanların günümüzde yaşanan olaylar karşısında bu uyarıları artık görmezden gelemeyeceğinin altını çizmektedir. Çok etkili işlenmiş bir arzu yaratıp bir yığın insana giremezsiniz derseniz tasarımın bu isyanlardaki rolünü göz ardı etmiş olunur. Yeni mezun olan pek çok tasarımcı adayının, sosyal değerleri baştan çıkarıcı ticarete tercih etmeleri bu anlamda bir umut ışığı yakmaktadır (Shaughnessy, 2011).

Barnbrook Ping Mag'da yayınlanan tasarımın sorumlulukları üzerine bir söyleşisinde, anlamlı mesajların kitlesel üreticisi olarak tasarımın çok büyük bir güce sahip olduğunu vurgulamaktadır. Ancak tasarımın toplumun değişiminde oynayacağı rol anlık bir tepki değil; zaman içerisinde işleyecek bir süreçtir. Ancak Barnbrook, ikibinli yıllarda tasarımda daha fazla sorumluluğun genel bir kaygıya dönüştüğünü dile getirmektedir (Uleshka, 2006). Bu durum toplumsal değişim ve tüketim ekonomisinin etkisi anlamında olumlu görünmektedir.

1.4.1 Halen Güncel Bir Manifesto: First Things First

İnsanlık tarihinde her yüzyılın sonunda dünyanın tükendiğine, işlerin ters gitmesine, dünyada iktidarın yanlış insanların elinde olduğuna ve yeni bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğu hissi ağır basar. Manifestolar, zamanının hükmeden gücüne karşı ses yükseltmedir. Kapitalizm her ne kadar yirminci yüzyılın başında kati bir güç değilse de; Komünist ve Fütürist manifestolar da ona karşı yazılmıştır (Soar, 2002). Bu başlık altında bir karşı duruşu incelemeye ve günümüze olan etkileri analiz edilmiştir. Daha önce de bahsedildiği gibi küresel durumun, ekonomik, siyasi ve kültürel alanlarda karşısında bir takım tepkisel oluşumlar gelmektedir. İşte grafik tasarım alanında da ilki 1964 ve ikincisi 2000 yılında olmak üzere iki manifesto “First Things First” (İlk Önce Öncelikler, FTF) başlığı ile gündem yaratmıştır. Rick Poynor (1999), Ken Garland ve diğer imzacıların, 1964’teki ilk manifesto ile grafik tasarımcılara ve diğer görsel iletişimcilere başlarından atamayacakları bir meydan okumada bulunmuştur (Resim 12).

İngiliz tasarımcı Ken Garland ve yirmi bir meslektaşının, tüketim karşıtı ve yüksek perdeden bir çığlık olarak yayınladıkları; reklam sektörünü toplum için yararlı üretime çağıran ilk manifesto, First Things First (FTF) olmuştur. 1994 yılında yani daha ikinci manifesto yayınlanmadan önce, Andrew Howard, Eye dergisinde yayınlanan “There is Such a Thing as Society” (Toplum Diye Bir Şey Var) adlı makalesinde bu manifestonun yazıdan otuz yıl önce yarattığı etkinin halen sürdüğünü söylemektedir. Bu etkinin halen sürdüğünü görmek hayli şaşırtıcı gibi gelse de, kapitalist ekonomi göz önünde tutulursa; grafik tasarımın reklamcılık sektörüne hizmetlerinin hız kesmediği bir ortamda bu olağan bir durumdur. Ancak yine de Howrad (1994) manifestonun sosyal boyutunun ve grafik tasarımın maksadının doksanların ortasında biraz göz ardı edildiğini aktarmaktadır. Rick Poynor (1999), First Things First manifestosu ile ilgili yazısında, durumun daha uç noktalara taşındığını vurgulayarak; yirmi birinci yüzyılın sonunda küresel ekonomi ile grafik tasarımın ortaklığı olan reklam sektörünün durumunu ortaya koymaktadır.

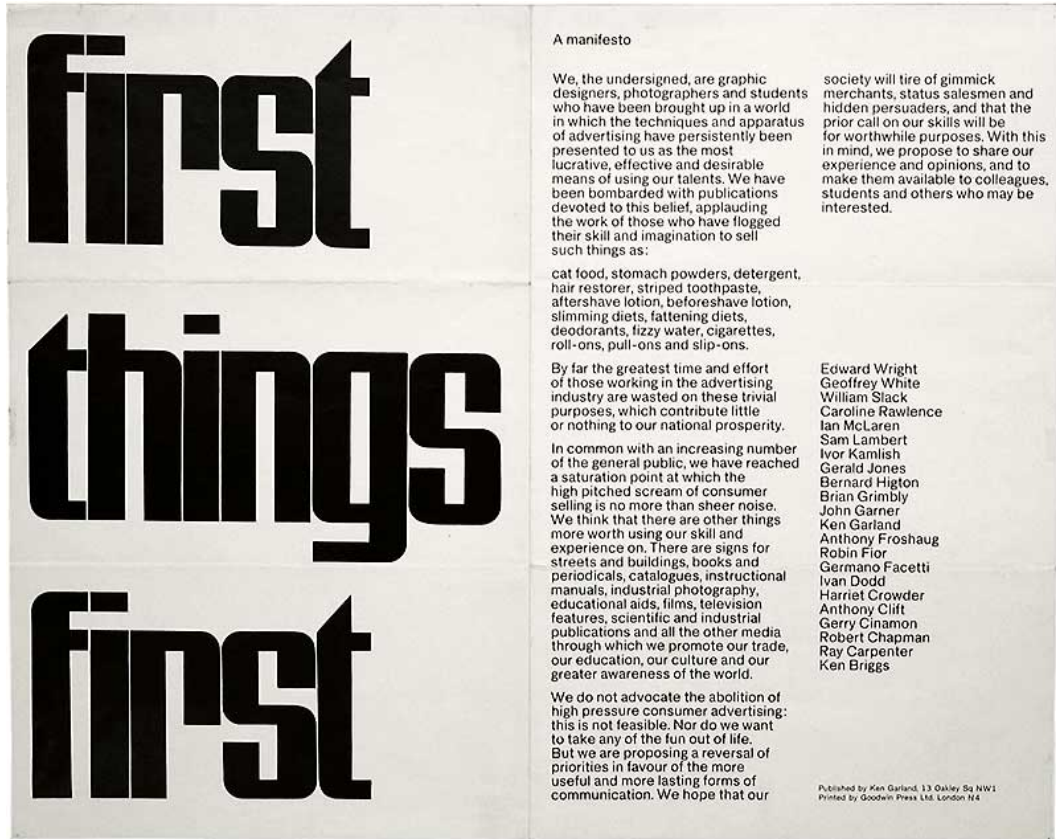
1964'deki kısa ve öz manifestosunda tasarımcılar, ısrarla kendilerine yeteneklerini kullanabilecekleri en kazançlı, etkili ve en çok arzu edilen meslek olarak reklamcılığın dayatıldığını; bu inanç doğrultusunda yayınlara boğulduklarını, beceri ve hayal güçlerini, kedi maması, diş macunu gibi şeylerin satışı için harcayanların alkışladığını söylemektedirler. Manifestoya göre, ulusal zenginliğe hiçbir katkısı bulunmayan bu tür önemsiz şeylerle, reklam endüstrisi için harcanan gayret boşa gitmiştir. Tasarımcılar yeteneklerinin toplum yararını sağlayabilecek işlerde değer bulmasını ve tüketim odaklı grafik üretime karşı çıktıklarını haykırmaktadırlar. Tüketim reklamcılığının lav edilmesini, bunun sürdürülebilir olmadığını dile getiren tasarımcılar, önceliklerin daha uzun ömürlü ve yararlı iletişim formlarına kaydırılmasının gerekliliğini savunmaktadırlar (Wright, Edward; White, Geoffrey; Slack, vd. 2007).

FTF gününün belli başlı temel güçlerine saldırmaktansa; belli bir mesleki grubun bireylerini harekete yönlendirmiştir. Ancak satır araları okunduğunda; sosyal ve politik güçler açısından tarihi ikilemlerin yaşandığı sosyal sınıfları görmek mümkündür. Manifestonun imzacıları, üst sınıf ya da mesleğin elitleri, üst perdeden konuşan insanlar olarak görülebilir (Soar, 2002). Ne de olsa manifestonun sorguladığı davranış biçimi geniş bir tasarımcı kitlesi tarafından uygulanmaktadır. Buradaki orta sınıf, çoğu meslek örgütü üyesi, ilhamsız ve bilgi vermekten uzak, anonim işler üreten, proleter sınıf grafik tasarımcılardır (Soar, 2002). Yani manifestonun hedef aldığı kitle, reklamcılığın içinde kaybolmuş ve farklı türde iş yapma becerisine sahip olmayan, sektörece yutulmuş tasarımcılardır. Alex Callinicos'un (2004), Jean Luc Godard'dan aktardığı gibi, grafik tasarım ve reklamcılık mesleğine atılan "Marx ve Coca-cola Çocukları", kültürel bir grup olarak duyarlılıkları 60'lı yılların radikal politikaları tarafından oluşturulmuş; başka bir deyişle zehirlenmiştir.

Bu manifesto apaçık, Edward Bernays'in uyguladığı psikolojik yönlendirmeye, dolayısıyla küresel ekonominin yayılcı ilkelerine karşı çıkmaktaydı. Artık grafik tasarımcılar, mesleklerinin etik bir düzlemde değerlendirilmesini talep etmekteydiler. Ne de olsa altmışlı yıllar değişim yılları olmuştur. İnsanlar kitlesel tepkiler ortaya koymakta ve güçlü kültürel, ekonomik ve politik hareketler ortaya çıkmaktaydı.

İnsan hakları, eşitlik, savaş karşıtlığı sesleri yükselmekteydi. Martin Luther King, Kennedy suikastı, Beatles'ın yükselişi, ırkçılık karşıtı yasaların çıkışı, Afrika'daki özgürlük hareketleri bu döneme damgasını vuran bazı olaylardır. Dünya çapında da Soğuk Savaş alanında hızlı adımlar atılmaktaydı. Bir devre damgasını vuran Berlin Duvarı da 1961 yılında inşa edilmiştir. Dönemin eleştirel ve karşıt ortamında, grafik tasarımcıların da özeleştiri yapması çok doğal karşılanmalıdır.

Ekonomik açıdan altmışlı yıllar, Avrupa'da ve özellikle İngiltere'de patlama yıllarıdır. Her sınıftan insan daha iyi koşullarda yaşamaktadır ve iş kolay bulunabilen bir şeydir. Kuzey Amerikalılar da gelişmiş Avrupa ülkelerindeki televizyonlu, çamaşır makineli, buzdolaplı, müzik çalarlı, arabalı günlük hayatı aynen ülkelerinde uygularken, tüm dünyada tüketici davranışlarında bir değişim yaşanmıştır. Bu değişim de hiç kuşkusuz grafik tasarımı da sonsuza dek değiştirmiştir (Poynor, 1999).



Resim 12: Ken Garland'ın First Things First Manifestosu 1964

<http://www.kengarland.co.uk/KG%20published%20writing/first%20things%20first/index.html>

Dünya çapındaki genel protest tavrı da arkasına alan grafik tasarımcılar, yaptıkları ürünlerin ne amaçla yapıldığını, neye hizmet ettiklerini daha geniş bir çerçeveden değerlendirmiştir. First Things First manifestosu, 1964'te ve günümüzde etkisini sürdürmüştür de, reklam sektörünün gidiş hattı pek de fazla etkilenmemiştir. Bu manifestonun bir takım sınırlara dokunduğu kesindir. Ellili yıllardan itibaren bazı şüpheciler tasarımcılar, toplum ihtiyaçlarını, problemlerini ve sürekli git gel yaşayan piyasanın çelişkilerini açıkça eleştirmişlerdir. Burada asıl ayrım, tasarımın iletişim, yani bilgilendirme aracı olarak mı, yoksa kandırma, yani insanlara bir şeyleri aldırma aracı olarak mı kullanılacağına kararlıdır (Poynor, 1999). Sonuç olarak ekonomik düzenin değişmediği bir dünyada, grafik tasarımın reklam boyutunun değişeceğini ummak biraz hayalperestlik sayılabilir.

1960'ları takip eden süreç içerisinde, dünya pek çok değişime sahne olmuştur. Soğuk Savaş diye nitelendirilen bu dönemde dünyanın iki kutuplu çekişmesi, beraberinde pek çok teknolojik gelişmeyi de getirmiştir. İnsanlığı büyük zararlar verse de bir yandan bu çekişmenin meyvelerinin yirminci yüzyılın sonundaki büyük atılımlara da vesile olduğunu söylemek yanlış olmaz. 1960'lı yıllarda başlayan uzay keşif yarışı, haberleşme uydularının yörüngeye yerleştirilmesi ile soğuk savaşın iletişim teknolojilerine kattığı çok önemli bir gelişmedir.

Doksanlarda bilgisayarın grafik tasarımın reklamcılıkla daha çok ilişkilenebildiğini sağladığına değinilmiştir. Grafik tasarım reklam ilişkisi, grafik tasarımcıları önemli sorunlarla yüz yüze bırakmıştır. Pek çok tasarımcı sigara paketi tasarımı veya büyük şirketler için logo tasarımı yapmak gibi seçeneklerle karşı karşıya kalmaktaydı. Bu da beraberinde ikilemler getirmekteydi. Fikirlerini dile getirip; hayır demek veya etik ve politik uygulamaları yok sayıp güne ayak uydurmak arasında seçim yapmak durumunda bulunuyorlardı (Baugnet, 2003). Doksanlı yılların yıpratıcı ve acımasız reklam dünyasının üzerinden geçtiği tasarımcılar, 2000 yılında "First Things First 2000"i (FTF 2000) yayınlamışlardır. Bu manifestoda tasarımcıların en verimli enerjilerini, köpek bisküvisi, tasarım kahve, elmas, deterjan, saç jölesi, sigara-

ra, kredi kartı, lastik pabuç, popo şekillendirici, hafif bira ve ağır iş makinası satmak için kullandığı vurgulanmaktadır.

Michael Bierut, FTF 2000'in akıllıca yazıldığını belirtmektedir. Diğer yandan Sarah Forbes, FTF 2000'in ses tonundaki vaaz vari tavrı yadırgadığını aktarmaktadır. Ancak Milton Glaser, zarar doğurmamak koşulu ile herkesin kendi doğrusunu uygulayabileceğini dile getirmektedir. FTF, bir aktivizm türü olarak kültürel paraziti seçmiştir. Adbusters, sosyal pazarlamanın icadı ile yayılan bu aktivizmi kimi sosyal sorumluluk kampanyaları ile tüketici kapitalizminin yarattığı tepkiyi azaltmıştır. Lasn, bu devrimin piyadeleri olmak için tasarımcılara çağrıda bulunmaktadır. Ancak New York Üniversitesi'nden Mark Crispin, kapitalist istemin ironilerin ironisi olduğu; bunun ironilerin yarısına dönüştüğünü ve hatta her zaman idealistlerin, nihilistlere karşı kaybedeceğini vurgulamaktadır. Bu durumda solcular, akademisyenler ve feministler sistem tarafından entelektüel açıdan programlı olarak iflas ettirilmektedir. Yine de bu devrim için sistemin kendi dilini kullanmanın yararlı olmayacağı görüşündedir. School of Visual Arts'ta eğitmen olan Richard Wilde ise bu ikilemi yaratan durumun tasarımcılar değil her yıl milyonlarca doları harcayan reklamcılar olduğu görüşündedir (Soar, 2002). Tüm bu değişik yaklaşımlar aslında FTF'nin çok ihtiyaç duyduğumuz tartışma ortamını ateşlemedeki üstün rolünü göstermektedir.

Burada hayatta kalmak için para kazanmak ve yararlı olanın tarafında olmak ikilemine gömülmemek işten bile değildir. Ancak Milton Glaser'ın da dediği gibi bu sektörde de kimse günahsız değildir (Soar, 2002). FTF'nin belki de en etkili olduğu konu bu ikilem durumunda kendimizi etik ve ahlaki açıdan sorgulamamız gerekliliğini bize hatırlatmasıdır. En büyük resmi görmemiz gerektiği zamanlar gelmiştir. FTF 2000 yayınlanmadan kısa bir süre önce dünya kökten değişmiştir. 11 Eylül 2001, yeni dünya düzeninin habercisi olmuştur. Belki bu durumda kendimizi etik ve ahlaki açılardan sorgulamamız için daha önemli bir evrede bulunuyor olabiliriz.

Başka bir bakış açısı ise grafik tasarımın bir politik seçim olduğu yönündedir. Bu durumda bir tasarımcının FTF'yi destekleyip desteklememesi de politik bir tavır olacaktır. Günümüzde FTF'nin işaret ettiği dengesizlikler daha da çoğalmıştır. Bü-

yük bütçeli tasarım projelerinin hemen hepsi kurumların çıkarlarını gözetmektedir. McCoy'un da vurguladığı gibi bu durum, ekonomik kaygıların, toplumun sosyal, eğitimsel, kültürel, manevi ve politik ihtiyaçları gibi diğer kaygıların önüne geçtiği anlamına gelmektedir (Poynor, 1999). Bu durumda grafik tasarımcının mevcut durumu desteklemesi de politik bir durum haline gelmiş olmaktadır. Ayrıca FTF2000, soruları tetiklemekte ancak somut cevaplar verememektedir (Parrinder, 2002). Bu durum, günlük hayata destekçilerini kilitleyen bir pozisyon yaratmakta ve pratik olarak sürdürülebilirliğini azaltmaktadır.

Parrinder'a göre asıl sorun, grafik tasarımın önceliklerini, dikkatimizi talep eden emsalsiz çevresel, sosyal ve kültürel krizlere vermemesidir. Dünya'nın kendisi bir kriz durumundadır. Bu durumda düşünüş biçimlerimizi kökten değiştirmemiz gerekmektedir. Parrinder'in karşı çıktığı nokta, FTF2000'in sosyal olarak yararlı işlerin tamamen ticari işlerden ayrılmış gibi göstermesidir. Halbuki ticari pek çok iş toplum yararını güdebilirken; tüm bu tüketim çılgınlığına karşı gelinebilecek tek bir hareket tarzı öngörülemezdir (Parrinder, 2002). Kuşkusuz FTF2000'in açık kalan noktaları bulunmaktadır. Ancak tıpkı Parrinder'in tepkileri gibi yazılar, grafik tasarımın gelecekteki konumunu ve tutumunu olumlu anlamda değiştirmeye yardımcı olacaktır. Parrinder, bunun yanında mesleğin içinde olarak ve tüketim odaklı işler yaparken de müşterilere sadece hayır diyerek bir değişim yaratılabileceğini savunmaktadır.

Bierut (2002) ise manifesto üzerine olan eleştirilerini, "A Manifesto with Ten footnotes" (On Dipnotlu Manifesto) makalesinde özetlerken; Matt Soar gibi manifestonun imzacılarının genellikle kültürel ve sosyal içerikli işler yapan, grafik tasarımcıların akademisyen, yazar, entelektüel elitleri olduğunu söylemektedir. Bu durumda manifestonun yazarlarının piyasanın eleştirdikleri tutumundan ve tasarımcıların neden bu düzenin içinde yer aldığını kavrayamayacaklarını öne sürmektedir. Ancak bu yaklaşım çoğu değişim hareketini başlatanların entelektüel bakış açısı olduğu gerçeğini bir tarafa atmaktadır. Yani çoğu ortalama insanın bu imzacıların işlerini hayatları boyunca görmemiş olmaları, bu kişilerin eleştirel söylemde bulunma haklarını ellerinden alamaz. Aksine ne kadar çok tartışma ortamı yaratırsa

gelişimi o kadar hızlandırır. Yeni tartışmalar ve FTF gibi etki yaratacak manifestolara ihtiyacımız açıktır.

Diğer yandan da Lasn'in radikal umuduna bel bağlamak, yani bir kıyamet sonrası doğuş beklemek mümkün değildir. Beirut, tasarımın içinde kalarak da değişim yaratılabileceği ve toplumun ihtiyacı olan alanlardan çekilmenin doğru olmadığını söylemektedir. Bu durumda tüketim ekonomisinin silahlarına ona karşı kullanılarak; toplum için olumlu adımlar atabiliriz. Bir dönem ülkemizde de Japan Tobacco firmasının Uluslararası İstanbul Bienali'ne sponsor olması çok tartışma yaratmıştır. Burada Beirut'un verdiği bir örnek destekleyici olacaktır. Müşterilerinden Brooklyn Müzik Akademisi'nin çok karmaşık bir çevreden yetenekli kişileri müziğe kazandırdığını; ancak destekçilerinden birinin de sigara üreticisi Philip Morris olduğunu söylüyor. Bu durumda sadece sigara üreticisi tarafından destekleniyor diye bu kuruma iş yapmamanın topluma daha çok zarar vereceğini dile getirmektedir. Bruinsma'nın (2002) vurguladığı gibi; yönlendirilmiş toplumun, kitlesel iletişim araçlarının altyapısına erişebilmek gibi bir potansiyeli vardır. Kökten bir değişim yaratmak için bireysel güç yetmese de, bir kamuoyu tartışmasının parçası olup; bakış açılarının değişmesine yardımcı olabilmek mümkündür.

FTF hem 1964 yılında hem de 2000 yılında sisteme karşı bir duruş olarak kendi kendini eleştiren bir meslek grubu içerisinde filizlenmiştir. Ancak görünen o ki tasarımcıların çalıştığı sektör temsilcileri veya başka bir deyişle işverenleri, ki; bakıldığında SAATCHI&SAATCHI, TBWA vs. pek çok şirketin de küreselleştiği ortadadır, bu harekete çok da tepki vermediği ortadadır. Yine Soar'ın (2002) FTF'yi değerlendirdiği "FTF: More Than Ever" makalesinde, tasarımcıların bu doğrultuda yapabilecekleri de değerlendirilmiştir. Tasarımcıların hedef kitle olarak adlandırılan insanlara daha çok vatandaş olarak yaklaşmalarının gerekliliği vurgulanmaktadır. İzleyicinin yapılan işlere bakan; bir çift göz yuvarlağından ibaret olmadığını anlamak gerekmektedir. Miller'a (2002) göre ise, sektörün bu duyarsızlığına en iyi yanıt, günümüz mega-kurumu olan eğlence devletinde sistematik olarak yok edilen veya kısıtlanan topluma seçme hakkı ile birlikte büyük oranda bilgi sunmak olacaktır. Tabii egemen güce karşı gelmenin kimi zorlukları olduğu unutulmamalıdır. Ancak bu

tutum her tasarımcı tarafından benimsenir ise işe yarayacaktır. Çünkü biri yapmazsa; başkası nasılsa yapacak diyerek toplumu bilinçsiz bir tüketime sevk edecek tasarımlar üretmek, sorumsuzca davranışlara bir yenisini ekleyecektir. Tabii bu çeşit bir başkaldırının da her zaman faturaları ödemeye yetmeyeceğinin de ayırında olmak gerekir.

1.4.2 Yurttaş Olarak Tasarımcı

Bütün sanatların politik amaçları vardır; ancak sadece toplumsal bilinci olan sanat aktif olarak savaşa, adaletsizliğe ve yolsuzluğa karşı protesto sergiler. Bu türden bir sanat, ilk olarak Fransisco Goya'nın ondokuzuncu yüzyılın başındaki baskı ve resimleri ile ortaya çıkan yeni bir olaydır. Pek çok sanatçının politik niyetlerle resim yapmasına karşılık, baskının her zaman özel bir avantajı olmuştur. Çoğaltılabilirliği, ucuz maliyeti ve grafik ifade potansiyelinden ötürü baskı, karşıt düşüncenin seslendirilmesinde ideal bir yoldur. Geniş ölçüde özerk alanların dışında dolaşımda olduğu için baskılar genellikle kamusal sanatın bir parçasıdır. Politik amaçlı baskılar her zaman izleyicinin ilgisini çekmek; fikir değiştirmek ve harekete geçirmek niyetinde olmuştur. Yirminci yüzyılda, dünya çapındaki özgün grafik baskı dalgaları, önemli iletilerin geniş kitlelerle iletişime geçmedeki önemini göstermiş; Avrupa, Birleşik Devletler, Çin, Meksika'daki baskı sanatçıları ortaklaşa çalışarak; o günün sosyal koşullarını yansıtan çok güçlü imajlar üretmişlerdir (Caplow, 2009).

Politik sanat çoğunlukla güçsüzleştirmek için propaganda olarak nitelendirilmiş ve 1940'lardan itibaren batı kaynaklı sanat eleştirisi ve sanat tarihi tarafından marjinalleştirilmiştir. Üzerine pek az yayın olan politik sanat ancak son yıllarda eleştirmenler ve sanat tarihçileri tarafından üzerinde durulması gereken ciddi bir konu olarak ele alınmaktadır (Caplow, 2009). Yirminci yüzyılın başlarında bu politik baskılar daha da önem kazandı. Birinci Dünya Savaşı'nın acımasız değişimi sürecinde politik iletişimin, devamında devrimlerin ve sınıf çatışmalarının faydacı bir aracı oldu. Almanya'da Käthe Kollwitz, Otto Dix ve Georg Grosz gibi sanatçılar, baskılarını adaletsizliğe, açlığa ve savaşa saldırmak için kullanmışlardır. Kollwitz'in

ağaç blokları ve litografileri insan ıstırabını görülmemiş şekilde içselleştirmiş ve evrenselleştirmiştir. Kollwitz dokunaklı grafik işlerinde, adaletsizlik, yoksulluk ve savaşa itiraz olarak hemen göze çarpan, insan bedenlerinin ve yüzlerinin duygularına yoğunlaşmıştır. Baskılarını, Berlin'in gecekondulu mahallelerindeki ilk elden gözlemleri doğrultusunda, her an ve herhangi bir yerde sefil durumdaki, aç ve hasta Alman çalışan sınıfına, özellikle kadın ve çocukların üzerine temellendirmiştir. Ayrıca savaşta babasını, kocasını ve çocuklarını kaybedenlerin acılarını tasvir etmiştir. "Artık Savaş Olmasın" (No More War) adlı litografik afişi barışseverler için bir kalp ağrısı olup tüm Avrupa'ya yayılmıştır ve insanların dilekleri bu afişteki tek figürde yek vücut olmuştur (Caplow, 2009).

1990'larda sözüm ona radikal tipografik ve grafik seçimler yapan, kendi kendilerini saygın kılan grafik tasarımcılar, küresel bir hedef kitleye ulaşarak, reklamcılığın çil çil altınlarını kazanmışlardır (Poynor, 1999). Alt kültürlerle aitmiş gibi gösterilen pek çok şey, ayakkabı, meşrubat gibi kitlesel tüketim mallarının görüntülerine dönüşmüşlerdir. Tüm dünyada yayınlanan bir reklamın yaratıcısı olmak pek çok tasarımcıya o denli cazip gelmiştir ki bugün artık reklam ve tasarımın birbirinden ayrılmaz noktalara geldiğini görmekteyiz. Belki de bu yüzden 90'lı yıllarda tasarım okullarından mezun olan pek çok kişinin birbirinin aynı işlere imza attığını görmekteyiz. Buradaki yanılgı reklamın ne kadar havalı görüldüğüne, ne söylediğinden daha çok önem verilmesinden kaynaklanmaktadır. Ancak McCoy'un da vurguladığı gibi bu denli ticari bir dünyada yetişen nesiller ancak meslek eğitimi almışlardır. Günümüzde tasarımın ticari kullanımı o denli yaygın ki aslında tasarımın seri üretimden bağımsız olabileceğini hiç ama hiç düşünmüyoruz. Bu noktada yapılan işin kimin için ne söylediğini tasarımcılar sürekli olarak kendilerine sormalıdır. Her şeyin ötesinde durum demokrasi ile ilgilidir (akt. Poynor, 1999).

Tasarımcılar, toplumsal rollerinin son yirmi yıldır hiç olmadıkları kadar farkındadırlar. Toplumdaki depolitizasyon tasarımcılara ayna tuttuğu için kendi davranışlarının farkına varmışlardır. İdeolojinin bittiği ve kişisel politikaların hakim olduğu bir çağda yaşamaktayız. Pek çok insan politikanın görünen ve gerçek yüzü arasındaki kopukluktan ürkmüş durumdadır (Macdonald, 2002). Dünyanın geldiği

noktada grafik tasarımcılar bir kahraman olabilirler mi? Macdonald (2002), bu konuyu sorguladığı makalesinde, tasarımın gücünün tanımlanması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Tasarım toplum hayatında pek çok şeyi değiştirebilme kapasitesine sahiptir.

Tasarımcılar büyük farklar yaratabilir; sadece bir takım şeylerin etkileyici görünmesi sağlayabildikleri için değil, ki bu da yardımcı olur, daha önemlisi görsel iletişim uzmanları oldukları ya da olmaları gerektiği ve bir mesajı geniş kitleler tarafından anlaşılabilir kıldıkları için. Tasarım sadece problem çözme aracından kurtulup; bir görsel dil olduğundan bu yana, tasarımcılar, eleştirel kavramları ve alternatif bakış açılarını en sıkıcı komisyonlara bile getirmek için mükemmel bir pozisyondur. Bu açıdan bakıldığında tasarımcılar yaratıcılığı bir üst seviyeye, sadece satın alma güdülerinin yerine eleştirel hassasiyeti etkinleştirerek taşıyabilirler. Bu durumda Vance Packard'ın 1957 yılında söylediği gibi tasarımın görsel dili “gizli ikna ediciler” olarak çalışmaz. Tam aksine, açıkça kışkırtıcı, eleştirel ve görsel olarak okuyar bir izleyiciye ulaşmış olurlar (Bruinsma, 2002).

Tasarımcılar da her yönden tasarlanmış bir hayatı yaşamaktadırlar ve toplumdan bağımsız değildirler; bu doğrultuda içinde buldukları toplumun bir vatan-dışı olarak hareket etme özgürlüğüne de sahip olmalıdırlar. Lasn'e (2002) göre, bir kez dünyayı bir kez olsun ahlaksız bir tüketici asalak gibi algılamayıp; sadece güçsüz düşmüş bir insan olarak düşünürseniz; içinizdeki tüm olumsuzluk yok olacaktır. Tekrar canlanacak; uyanık ama halen biraz vahşi olacaksınız. Sağ, sola karşı, beyaz, siyaha, kadın, erkeğe gibi eski politik savaşlar yirminci yüzyıl boyunca insanlığı sömürmüştür. Bizi özgür kılacak ve uğraşmaya değer tek savaş insanlığın, kurumun soğuk makinesine karşı verilecek olandır. Böylece ekonomik, kültürel ve siyasi bir devrim yaşanabileceği vurgulanmaktadır.

Bu tezin yazıldığı tarihlerde, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır'da insanlar büyük kitlesel eylemlerini büyük ölçüde başarıya kavuşturmuştur. Ortadoğu'daki Bahreyn ve Suriye gibi ülkelerde ise bu isyanlar büyük çaplı katliamlara sahne olmaktadır. İsrail'de insanlar daha iyi bir yaşam için sokaklara çıkmış; Yunanistan'da devlet iflas

etmiş ve bütün ekonomik yükü insanların sırtına bindirecek yasaları meclislerinde onaylamaktadırlar. İspanya, İtalya ekonomik uçurumun kenarında dolaşırken; Euro kardeşliği sorgulanmaktadır. Bir yandan Amerika Birleşik Devletleri yasal düzenlemelerle daha çok borçlanabilecek düzenlemeleri yapmış olsa da; borsadaki büyük kayıplarla tüm dünya piyasaları aşağı çeken bir krize girmiş bulunmaktadır. En çarpıcı olay ise Ağustos ayı ile birlikte Londra'da yoksul mahallelerin, isyan hatta yağma gösterileri ile birlikte alevler içinde kalan sokakların görüntüleri olmuştur. Dünya bir değişim geçirmektedir. Yirmibirinci yüzyılın başındaki on yılı geride bıraktığımız şu günlerde, dünyanın her yerinden isyan sesleri yükselmektedir.

Stéphane Hessel, Öfkelenin manifestosunu yazarken, yaklaşık bir yüzyıllık hayatı ile günümüzü öngörmüş gibi gözüküyor. Hessel, aslında insanları ne silaha sarılın diye yönlendiriyor ne de uslu bir vatandaş olmalarını öğütüyor.

“Yetti artık! Olup bitenlere duyarsız kalmayın, liberal masallara kanmayın! Sizlere empoze edilen bir dünya bakışından tiksindiğinizi, kızdığınızı gösterecek, insana has en basit tepkileri verin! Öfkelenin!” (Hessel, 2011, s.22)

Dünyanın bu gidiş hattında öfkelenmek ve tepki vermeyi öğrenmek en doğru yol gibi gözüküyor. Tasarımcılar iletişim biçimleri açısından bu alanda şüphesiz en güçlü meslek gruplarından birisidir. Hessel (2001), kitabını bitirirken; “Yaratmak, direnmektir. Direnmek; yaratmaktır” demiştir. Sanatçılar ve iletişimin yaratıcı insanları tasarımcılar duyarlılıklarını dünyanın yararı için kullanmalıdırlar. Lasn de (2002) “The People vs. The Corporate Cool Machine” makalesinde dediği gibi tüm bu kurumları bizler bu şekilde işlemesi için tasarladık. Başka türlü olması için yine bizler aksini yaratabiliriz.

1.4.3 DIY! Kendin Yap Yeniden

Kendin yap (DIY), kendi kültürünü oluşturmak ve var olanı tüketmeyi reddetmek anlayışına dayanmaktadır (Triggs, 2006). Kendin Yap Kültürü, yirminci

yüzyılın başında “Arts and Crafts” hareketine kadar götürülebilir. William Morris ve John Ruskin, el sanatlarının üretim sürecine dahil olmasını şiddetle savunmaktaydı. Endüstrileşmenin getirmiş olduğu kitlesel üretime de bir karşı duruş sergilemekteydi. Amerika’da 1940’larla birlikte aslen bir tasarruf hareketi olarak başlayan Kendin Yap Kültürü (DIY: Do It Yourself), savaş sonrası dünyada, işgücü ve hammadde azlığını gidermek için hayli etkili bir çözüm olmuştur. Ellili yıllarda git gide bir aktivist hareket olarak yayılan DIY, kitlesel üretime, aşırı tüketime, atığa, endüstriyel kurum felsefesine karşı durmaktaydı. (DIY Culture, 2011) Bilgisayarlar veya yeni teknoloji olmaksızın fiziksel dünya ile etkileşime geçemeyen endüstrileşmiş toplumların eksiklik hissi DIY akımına kuvvet vermiştir. Kendin yap kültürü bu açıdan özellikle elle üretimin desteklendiği bir ortam yaratmaktadır.

1960’lı yıllarla başlayan ve 70’lerde devam eden dönemde zanaatın hipi kaynaklı, karşı kültürlü, doğaya dönüş özlemi içerisindeki politik durumu, aslen kalitenin biraz göz ardı edilmesine olanak sağlamıştır. Bu durum zanaatkarların yaptıkları işi tekrar değerlendirerek; çoğunlukla sanatın estetik değerleri ile tekrar ortaya çıkmasına neden olmuştur (Wagner, 2008). İkinci Dünya Savaşı sonrası İngiltere’deki televizyon programlarında sıkça yer verilen, DIY programlarının oluşturduğu bir ortam bulunmaktadır. Basitçe ev tamiratından hobi uğraşlarına kadar pek çok inşaa işi evlerde eğlenceye dönüştürülmüştür. Hatta bu durum ailecek vakit geçirme aracı haline gelmiştir (Jackson, 2006). DIY kültürünün Punk Fanzinleri ile çok önemli bir bağı bulunmaktadır. Punk fanzinlerindeki, kaotik tasarımın grafik dil ile olan ilişkisi bir direniş alanı oluşturmuştur. 1976-79 yılları arasındaki birinci dalga Punk, mevcut kültürün, sosyal ve politik ortamın değişiminin zamanıdır. Hippi kültürünü de içselleştirerek; “modern dünya” ya bir başkaldırı başlatmıştır. Aynı zamanda yetmişli yılların ortasındaki Rock müzik popülerliğine de karşı bir söylem geliştirmiştir. Bu ortamın basılı dilini oluşturan fanzinler, bu kaotik çok sesli durumun grafik yansımalarını oluşturmuştur. George McKay’in de dediği gibi İngiliz Punk hareketi, bir kültürel direniş zamanı ve DIY kültürünün aktivizminin hayata geçmesi dönemidir (Triggs, 2006).

Seksenli yıllardan doksanlara geçerken bu sebepten dolayı, müzeler ve galerilere taşınan bir zanaat izleği oluşurken; sokak kaynaklı üretimlerin sona erdiğine şahit olunmuştur. Yeni bin yıl ile birlikte ise, olanaklar çağına geçiş, bir uzlaşma ortamı yaratmıştır. Parmaklarımızın ucuna taşınan bilgi, bir dönem bağlantılı olan sanat ve zanaatı, karşılıklı yarar çerçevesinde farklı bir yere taşıyacaktır (Wagner, 2008). JW ve Melissa Buchanan da sanat ve zanaat arasına bir çizgi çekmediklerini aktarıyor. Zanaatın entelektüel olmadığı yönünde bir önyargı bulunduğunu, kavramsal bir üretim içinde değilseniz sadece yorgan yaptığınıza dair bir inancın yaygın olduğunu belirtiyorlar. Ancak bunun aksine zanaat geniş bir entelektüelite içermektedir (Levine & Heimerl, 2008).

Andrew Wagner (2008), DIY ve “Zanaat” sözcüklerinin birbirinin yerine kullanılabilir olması durumu üzerinde durmakta ve aslına geniş anlamda her yapımıcının “ işi kendi yaptığını” vurgulamaktadır. Ancak zanaatın çok geniş bir anlamda “yapmak eylemi”ni içerdiğini ve ideolojik bir algıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Endüstri Devrimi, John Ruskin ve William Morris zamanından bu yana doğal olarak hep bir politik anlam yüklendiğini söylemektedir. Burada önemli nokta farklı açılardan zanaatın ilgi çekme durumudur. Bir taraftan işçilik ile kaliteyi çağrıştırmaması durumu, diğer yandan da endüstriyel üretimin dışında duruşu ile öteki ve biriciklik halidir. Aslında zanaatı yaşama dahil edip; kendi kıyafetini dikme, kendi masa takımını yapma hali, sıradanlıktan çıkma ve düzene başkaldırıcıyı simgelemektedir. Wagner (2008), zanaatı yaşayan, nefes alan bir şey olarak tanımlamanın oluşturacağı karmaşık yapının, insanı deneyimlemeye doğru tetikleyeceğini düşünmektedir. Ayrıca zanaatın politik enerjisinin ve ideolojisinin eksikliğinde, anlamını tamamen kaybedeceğini belirtmektedir. Zanaat tam da bu açıdan, hem meydan okuyan hem de bağlayıcı bir yapıya sahiptir.

Tasarım, fikirleri paketleyip kamulaştırmak için bir araçtır. Tasarım araçlarına erişebilen herkes kendi bilgi ve kavramlarını ulaşılabilir kılabilir. Bu durum iki yönlü yarar sağlamaktadır. Bu beceriye sahip olan kişi aynı zamanda tasarımı okuyup bu alanda neler olduğunu anlama yetisine de sahip olmaktadır. Kullanılan medya, ona karşı daha eleştirel olmayı ve bu alanda yapılan üst düzey işler için gerekli sanat-

karlılığın ve becerinin farkındalığını ve takdirini beraberinde getirmektedir (Lupton, 2006). Kendin Yap kültürü, tasarımı anlamak ve sanata aşına olmak, yorumlamak konusunda toplumsal bir işlev de yürütmektedir. Günümüz teknolojisi herkesin kendi grafik anlatımını oluşturması için zemin sunmaktadır. İnternette indirilecek bazı görseller ve fontlarla, her birey kendi mesajını iletecek bir ürün yaratıp; bu ürünü köşebaşındaki baskı dükkanında çoğaltabilir. Böylelikle herkes, grafik dilin kolayca bir parçası haline gelebilir.

Günümüzde insanlar pek çok şeyi, arttırım yapmak adına kendileri üretmektedirler. Bu yaptıkları ürünleri, satmakta, takas etmekte veya hediye olarak değerlendirmektedirler. Ya da sadece kurum ve medyanın ürettiği ürünlere daha az bağımlı kalmak için, ürünleri, kendi ihtiyaçlarına göre değiştirmektedirler. Böylece bir şirketin, bir markanın, bir sistemin kendilerine yönelttiği baskıdan, kendi ürettikleri sayesinde kurtulmaktadır. İnsanlar kendi düşündükleri, hayata geçirdikleri ve paylaştıkları fikirlerden bir tatmin sağlamaktadırlar. Her gün insanların, logoları, mesajları ile üzerlerinde reklam yapan tişörtler giydiklerini görmekteyiz (Lupton, 2006). Bu durum kişilerin yansıtmak istedikleri veya beğendikleri mesajlar olabilir. Ancak pek çok insan artık “kendi sözünü”, küresel ekonominin mesajlarının üzerinde tutmaktadır. Bu yüzden çevremizde protest mesajlar yazan ve hiç bir markaya ait olmadığını gördüğümüz tişörtler çoğalmaktadır. Deb Dormody (2008), günümüzde insanların, otantik ve kişisel şeyler peşinde oldukları görüşündedir. Küresel ekonomi ve işgücü hakkında kafa yoran pek çok insan için, üretici ile ilişki kurduğu bir satın alma durumunun, emekçisini bilmediği bir nesneden daha kıymetli olacağını düşünmektedir.

Isaacson’un da (2007) belirttiği gibi kurum kültürünün baskısından sıyrılmak ve kendi sözünü söylemek; kazanç kaygısından uzaklaşmak bireyi özgürleştirmektedir ve çoğunlukla güzel sanatlara has bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Politik ve sosyal durumun yanı sıra DIY kişiye ruhani ve bireysel tatmin sunmaktadır (Carson, 2006). Bir diğer neden ise etrafınızdaki her hangi bir şeyin, bir mağazadan alınmış gibi durmasını istemeyişiniz olabilir. Spencer (2008), DIY hareketinin, genel kültürde eksik olduğunu düşündüğünüz ve kendi kültürel varlığınızı şekillendirmek

için, ellerinizi kullandığınız her durumda geçerli olduğunu ve herkesin yaratıcı veya sanatçı olabileceğini söylemektedir. Önemli olan katılmaktır. Kendin Yap hareketi temelinde toplum diyaloguna dayanmaktadır.

Faythe Levine ve Cortney Heimerl (2008), bugünün zanaat dünyasının, geleneksel teknikler, Punk kültürü, DIY ahlakı, etnik elişleri, modern estetik, politika, feminizm ve sanatın evliliğinin doğurduğu bir biçim olduğunu söylemektedir. Artık sadece çapraz dikişlerle bez parçalarının üzerine işlenmiş belli başlı motiflerin ve çiçeklerin ötesine geçmiştir. Hatta geleneksel olsun olmasın tüm medyayı kullanan sanatçıların dikkatini çekmektedir. Bu yeni dalga zanaatın kalbini topluluklar oluşturmaktadır. Sadece fiziksel değil, sanal ortamda oluşturulan topluluklar büyük bir ağ iletişimi kurmaktadır (Levine & Heimerl, 2008).

Günümüz DIY kültürünün bir diğer özelliği ise yeni teknoloji ile olan bütünlüğüdür. Garth Johnson (2008), internetin yerel zanaat hareketleri için göbek bağı kadar yaşamsal olduğuna değinmektedir. Hatta internet var olmasaydı, bu hareketin de var olamayacağı görüşündedir. Buradaki ilginç noktanın, bir grup insanın el yapımı üretimi canlandırmak için teknolojiyi kullanması olduğunu ve bunun ne kadar garip olsa da bir gerçek olduğunu ortaya koymaktadır. Hippi tezgahlarından ve kilise pazarlarından evrimleşen zanaat fuarları, bir sirk çadırını andırmaktaydı. Ancak internet ortamı ile el yapımı ürünler, işçilik özeni yardımıyla ekranlara ve dostça bir çekişme ortamına taşımıştır. Johnson, internetin el yapımı ürünlere olan ilgiyi arttırması ve dikkat çekiciliği açısından, “CNN.com” sitesinin izlemesinin “marthastewart.com” sitesinin yarısından daha az olmasını örnek göstermektedir. “ETSY.com” gibi sitelerin popülerliğinin yanı sıra, blogların (günlükler) da DIY kültürüne büyük katkı sağladığını söylemek mümkündür. Bloglar da bir DIY ürünüdür ve her geçen gün daha çok kişi bloglar aracılığı ile sanal kültürün ve toplulukların bir üyesi olmaktadır. İnternet sayesinde, artık herkes kendi yayıncısı olmuştur.

Günümüzde grafik tasarımcılar, kültürel, sosyal ve teknolojik açıdan daha önce sahip olmadıkları olanaklara sahip durumdadırlar. Görüldüğü kadarı ile geleneksel ve yeni teknikleri kullanan grafik tasarımcılar, fikirlerini fiziksel biçime dökerken

alışıl gelmiş yöntemlerden kaçınmaktadır. Anne Odling-Smee, tasarımcıların bu süreçte, çoğunlukla politik güdümlü, baskın dijital sanat üretiminden kaçındıklarını vurgulamaktadır (akt. Sinclair, 2003). Bu durum pek tabii Enformasyon Teknolojisi Devrimi ve bu sürecin bir ürünü olarak, küreselleşme ve çevresel sorunlara bir tepki olarak, el yapımı üretimi güçlendirmektedir.

2.BÖLÜM

GRAFİK ANLATIMDA TEKNOLOJİK YANSIMALAR VE GRAFİK BASKI

Birinci bölümde ele alınan küreselleşme ve Enformasyon Teknolojisi Devrimi, günümüz grafik üretimlerinin ekonomik, siyasal, kültürel ve teknolojik bağlantılarını analiz edebilmek için son derece önemlidir. Bir diğer önemli durum ise; erken küreselleşme döneminde grafik tasarımın, içinde bulunduğu üretim süreçleri ve günümüzde kullanılan grafik baskı tekniklerinin zaman içerisindeki yerini irdelemek; bu tekniklerin grafik alanında ne şekilde algılandığını ve kullanılma biçimleri ve amaçlarını anlamak gerekmektedir. Endüstri toplumunun oluşturduğu modern tasarım anlayışına, geleneksel grafik baskı tekniklerinin ne şekilde etki ettiği ve küresel bir dünyada bilgi üretimi için kullanılmasında hangi düşüncelerin egemen olduğu kavranabilir.

Küresel tasarımı anlayabilmek için ilk bölüme paralel olarak grafik baskı tekniklerini etkilemiş teknolojik gelişmeleri ele almak gerekmektedir. Bilginin küresel çoğaltımını sağlayan Gutenberg'den sonra, modern dünyaya pek tabii ki Endüstri Devrimi sayesinde büyük bir hız hakim olmuştur. Buharın gücünü grafik üretime yansıtması, toplumun okuryazarlık ve görsel algısında da büyük değişimlere yol açmıştır. McLuhan (2001), matbaanın, anailleri kitlesel iletişim araçlarına dönüştürürken, modern milliyetçiliğin merkezîyetçi gücünün de kaynağı olduğunu altını çizmektedir. Bilginin küreselleşmesi tabii ki Gutenberg'in matbaası sayesinde gerçekleşmiştir.

Günümüzün dijital teknolojisi ise bilgiyi kitap gibi nesnelere hapsetmekten kurtarmış gibi görense de yeni nesnelere daha çok bilgiyi sığdırmaktan başka bir durum ortada gözükmemektedir. Ivins'in (1989) de açıkladığı gibi, yazı insanoğlunun onu buluşundan bugüne, bilgiyi görselleştirme biçimimizdir. Sesleri aynı şekilde görselleştirdiğimiz alfabeler yoluyla, yazının kendisi bir görüntü olarak grafik bir üretdir. Bu görsel iletişimi yansıttığımız yüzey her ne olursa olsun, grafik anlatının küresel dünyanın da vazgeçilemez bir parçası olduğu açıktır. Endüstri Devriminden

günümüze grafik anlatımın hayat bulmasını sağlayan grafik baskı biçimlerinin teknolojik gelişmeler açısından ele alınacağı bu bölümde, bir yandan da geleneksel tekniklerden neden vazgeçilmediğinin araştırması da yapılmaya çalışılmıştır.

2.1 Teknolojik Gelişmeler ve Grafik Baskı

Marshall McLuhan'ın da dediği gibi, bir sonraki devrim –III. Dünya Savaşı– kafamızın içinde gerçekleşecektir. Gerilla bilgi savaşı, sokaklarda, havada, ormanlarda, uluslararası balıkçılık sahalarının sınırlarında veya başka açık denizlerde değil, gazete ve dergilerde, televizyon ve radyoda ve sanal alemde gerçekleşecektir (Lasn, 2002). McLuhan'ın da sıklıkla üzerinde durduğu ve insanoğlunun zaman çizelgesinde kırılmalara sebep olmuş pek çok teknolojik gelişme yaşanmıştır. Tabii ki bu teknolojik gelişmelerin her biri insanoğlunu günümüze biraz daha yaklaştırmıştır. Tarih öncesi dönemde bu topyekün bir değişimi işaret etmese de; farklı yıllarda olmak üzere insanoğlu, dünya küresinin farklı yerlerinde benzer süreçleri yaşamıştır.

Tarih öncesinden başlamak gerekirse; ateşin bulunması, alet yapımı insanoğlunun yaşayış düzenlerini de değiştiren ve doğa üzerindeki hakimiyetini sağlayan başlıca gelişmeler sayılabilir. Grafik geniş anlamda, insanoğlu ile birlikte başlamıştır. Ama insanoğlunun belleğini tutmaya başlamasıyla beraber başka bir evreye geçmiştir. Yazının bulunuşu, insanoğlunun sadece yaşayış biçimini değil, algılama biçimini de değiştirmiştir. McLuhan (2001), okuryazar toplumların dünyayı üçboyutlu algılayabildiklerini, ancak okuryazar olmayan toplulukların perspektif algısına sahip olmadıklarını yapılan bir deneyle örneklendirmiştir.

Yazının bulunuşundan sonra, kağıdın bulunuşu, bilginin taşınabilir kılınması açısından çok önemli bir evre olsa da; yazının kutsal biçimi sürmeye devam etmiştir. Hatta tahta baskı ile bilginin çoğaltılması bile bu kutsallığı yıkamamıştır. Bunun nedeni Rönesans'a kadar süren kilise egemenliğidir. Sanat ve zanaat sadece din adamlarının ve soyluların himayesinde yeşerebilmiştir. Bu nedenle içeriği de dini kalmıştır. Dolayısıyla bilgi üretimi ruhban sınıfının istekleri doğrultusunda yönlendi-

rılmış ve topluma açılmamıştır (Shiner, 2010). Ancak Gutenberg, matbaayı batı dünyası ile tanıştırdıca bilginin yayılması ve ulaşılabilirliği anlamında büyük bir teknolojik devrim yaşanmıştır. Çok iyi bilindiği gibi bu gelişme Avrupa'yı Rönesans'a götüren yolun mihenk taşı olmuştur. Briggs ve Burke (2004), baskının yayılabilirliği için uygun toplumsal ve kültürel koşulların oluşmasının gerekliliği üzerinde durmaktadır. Bu durumun Rusya ve İslam Dünyası'na matbaanın gelişinde bir engel oluşturduğu bilinmektedir. Benzer şekilde Hıristiyan Dünya'sında da hemen kabul görmemiştir.



Resim 13: Gutenberg İncili'nden bir sayfa.

A History of Graphic Design, MEGGS, Philip B., John Wiley & Sons, New York, 1998, s. 66

Yazının yanı sıra görselin de üretimi baskı yolu ile yaygınlaşmıştır. Matbaadan önce bütün blok tahtaların oyularak; metin görsel ilişkisinin kurulduğunu bilinmektedir. Ayrıca ilan niteliğinde, dini mucizeleri anlatan tek sayfalı resimsel kompozisyonları da onbeşinci yüzyılda görülmektedir. Aynen tekrarlanabilir görsel malzeme üretimi, perspektif algısı ve izafiyet teorisinin onbeşinci yüzyıldaki etkisi, bilginin basım yoluyla yayılması ile birleşince önü alınamaz bir gelişmeye yol açmıştır. Ay-

nen tekrarlanabilir görsel malzemenin, bilimsel tanımlamada büyük ilerlemeye neden olduğu bilinmektedir (Ivins, 1989; Eisenstein, 1997, Cramsie, 2010). Ancak matbaadan sonra imaj ve metin birliğinde ayrı kalıplar kullanılarak blok kitaplar basılmıştır (Steinberg, 1979). (Resim 12) Tahta malzeme olarak çok dayanıksız olduğu için batıda metal harflere geçiş hızlı olmuştur (Meggs, 1998). Bu da tahta kalıpla hazırlanan kompozisyonların metal harflerle uyumunu zorlaştırmıştır. Dolayısıyla metal yüzeyde yapılmaya başlanan illüstrasyonlar ortaya çıkmıştır.

Avrupa’da ilk baskının ne zaman yapıldığı hakkında herhangi bir ipucu yoktur. Ancak 1400’lerde çok az sayıda rastlanan baskılara, onbeşinci yüzyılın ortalarında Avrupa’nın hemen her yerinde rastlanmaktadır. Tahta baskının, oymacıların ve ressamların atölyelerinden çıktığı, asit indirgenin ise zırh atölyelerinde geliştiği düşünülmektedir. İlk tahta baskıların ise makine ile değil de elle yapıldığı görüşü yaygındır. Tahta baskılar için presin ancak hurufatla birlikte kullanıldığı düşünülmektedir. İlk kazımaların basımına ilişkin ise iki yüz yıl hiçbir tasvir bulunamamıştır. Ancak yine bir çeşit ovalama yöntemi kullanıldığı tahmin edilmektedir. Tek sayfalı tahta baskıların ise, dekorasyon amaçlı kutuların üzerine yapıştırıldığını, oyun kağıtları olarak kullanıldığını, en çok da dini bilgi yaymak amaçlı basıldığını bilmekteyiz (Ivins, 1989). Burada baskının her zaman kimin için yapıldığının önemini ortaya çıktığını görmekteyiz. Bu dönemde yapılan çoğu baskının halka dini inançları yaymak için kullanıldığı; dolayısı ile okuryazar olmayan insanlar için, sadece illüstratif baskılar yapıldığı bilinmektedir. Ancak yaygın olarak oyun kağıtları soylular için üretilmiştir.

Ivins’in (1989) dikkati çektiği bir başka nokta ise iletişimde görsel malzemeye olan gereksimimizdir. Yazı bir görsel malzeme olarak; aynı şekilde sesleri, kelimeleri insan beyninde görselleştirdiği için vazgeçilemezdir. Oysa McLuhan’ın (2001) da değindiği gibi sözel bir iletişimde tanımlamalar, kimliklendirmeler kişiden kişiye değişebilir ve yanıltıcı olabilir. Bırakın farklı dilleri konuşan insanların arasındaki iletişimsizliği, günümüzde aynı dilde aksanları dolayısıyla anlayamayan pek çok insan bulunmaktadır. İşte tam bu nedenle görsel imge, yazının yanı sıra iletişimi güçlendirecektir (Ivins, 1989). Onaltıncı yüzyıla birlikte işte bu iletişimi sıklıkla uygulanan

baskılarda görmek mümkündür. Bu dönemde maniyerizme giden yolda baskılarda kullanılan taramalar da kendine has üsluplar geliştirmiştir. Hollanda'nın baskı alanında başı çektiği bu dönemde kitap resimlemeleri için sıklıkla bakır plaka kullanılmaktaydı. Daha sonra tüm Avrupa'da kullanılan bu yöntem, metalin dayanıklılığı ile daha çok sayıda baskıya olanak tanımakta ve metal harflerle uyum sağlamaktaydı (Meggs, 1998). Onaltıncı yüzyıla birlikte, Avrupa'nın pek çok şehrinde artık matbaa vazgeçilmez bir endüstri haline gelmiştir. Basılan ve dağıtılan kitaplar aynı zamanda bilimsel paylaşımları da arttırarak; yeni teknolojik gelişmeleri de tetiklemiştir.

Onyedinci yüzyıla gelindiğinde, teknolojik gelişim biraz ara vermiştir. Tekniklerin ustalık derecesine ulaşması ile birlikte bu dönemde, tek başına sanat eseri olarak üretilen; yani kitap resimlemeden bağımsızlaşan baskılar görmek mümkün olmuştur. Bu tür üretim yapan sanatçıların başında Rubens ve Rembrant gelmektedir (Ivins, 1989). Bu dönemde özellikle asit indirme tekniğinin popülerleştiği göze çarpabilir. Callot'un bu tekniğe katkıları oldukça fazladır. Bosse'nin de bu alanda yayımlanan ilk kitap olan yayını, teorik olarak tekniğin yayılmasına olanak sağlamıştır. Rembrant ise, asit indirme, kazıma, kuru kazıma ve tonlama tekniklerinin hepsini deneyimlemiştir. Ayrıca baskılarını ticari amaçlarla değil, sanatsal yaklaşımla yapmış; çoğu kalıbı sadece asit indirme olsa da zaman zaman karışık teknik kullanmıştır. (Resim 13) Metal üzerine tonlama ile oluşturulan baskılar, onaltıncı yüzyılda ortaya çıkmış olsa da, özellikle İngiltere'de bir ulusal dil haline gelmiştir (Ivins, 1989). Kısaca; onyedinci yüzyılı metal baskının popülerleşmesi olarak görmek mümkündür. Ayrıca ilk gazete örnekleri de yine bu yüzyıla tarihlenmektedir (Meggs, 1998).

Baskı teknikleri açısından, çok fazla bir gelişme gözlenmemiş olmasına karşılık, bir güzel sanatlar alanı, yani resim gibi satılabilir bir sanat eseri üretmek açısından, Rubens'in girişimleri, grafik sanat, grafik tasarım arasındaki ilk ayrımların habercisi olabilir. Çünkü onyedinci yüzyılda grafik, matbaa ve baskı presleri sayesinde bilgi vermeye yönelik olarak Ivins'in (1989) de belirttiği gibi günümüz yaklaşımından pek de farklı değildi. Ancak Rubens'in üretimleri, duvardan tuvale geç-

miş olan resim sanatına bir rakip olmakta idi. Çünkü resimden daha kısa sürede ve daha çok sayıda tamamlanmaktaydı. İkincil olarak Rembrandt'ın bir dışavurum mecrası olarak grafik üretimi ele alışını örnek verilebilir (Resim 14). Hiç bir ticari kaygı gütmeyen de baskı üretmenin mümkün olabileceğinin ilk örneğini de burada görmekteyiz. Belki de; bu yaklaşım, günümüz grafik baskı üretimlerinin nedenlerini anlamak için bize bir nebze ışık tutabilir.



Resim 14 : Harmensz van Rijn Rembrandt, asit indirme, Jakob Thomasz Haringh (Genç Haring), 1655

<http://www.masterworksfineart.com/inventory/3247>

Metalin son derece yaygınlaşması; yüksek baskının pabucunu dama atmış gibi görünmektedir. Onsekizinci yüzyıla gelindiğinde İngiltere’de, yüksek baskı halen iş kartları, silah kapları, amblem, antetli kağıt ve ucuz çocuk kitapları için kullanılmaktadır. Bewick’in metal kazıma aletleri ile tahta yüzeyinden elde ettiği etkili çizgisel tonlamalar, onsekizinci yüzyılın sonlarında, tahta baskıyı, kitap resimleme alanında yeniden gündeme getirmiştir. Bewick’in bu başarısının etkisi, William Blake tarafından kaleme alınan ve illüstre edilen “Songs of Innocence” (Masumiyet Şarkıları) (Resim 16) ve Francisco Goya’nın “Caprichos” (Fanteziler) serilerinde görülmektedir. Blake, asit indirme tekniğini yüksek baskı olarak kullanmıştır. Goya’nın Fatazileri ise tonlama tekniği ile yapılan ilk sanatsal baskı serisidir (Resim 15).

Baskının ilk kullanıldığı günden bu yana, aynen tekrarlanabilir görsel üretmekten başka bir amacı olmamıştır. Günümüzde de bu aynı amaçlı devam etmekte fakat farklı teknikler kullanılmaktadır. Ancak, modernizmle birlikte geleneksel baskı yöntemleriyle üretim devam etmiş ve güzel sanatlar alanında yüksek sanat statüsüne çıkartılmıştır. Bu aşamada grafik anlatımı, tasarım ve sanat ayrışmasına sokan iki önemli teknik gelişmeden söz etmek gerekmektedir. Fotoğraf ve Litografi, grafik ifadenin modern formlarına kavuşmasında çok önemli rol oynamıştır.



Resim 15 :Francisco Goya, Fanteziler, No 48

http://it.wikipedia.org/wiki/File:Caprichos_Nr_48.jpg#filehistory



Resim 16 : William Blake, Songs of Innocence, Kapak, Asit indirme yüksek baskı, 1789

A History of Graphic Design, MEGGS, Philip B., John Wiley & Sons, New York, 1998, s. 120

Ondokuzuncu yüzyıl süresince belki de o zamana kadar yapılmış tüm baskılardan daha çok baskı üretilmiştir. Bu biçimsel değişiklikte daha önce söz ettiğimiz grafik uygulamaların belli ölçüde payı olduğu tartışılmaz. Aynen yinelenebilir görsel ürünler, yani grafik ürünler, kitaplar, süreli yayınlar, günlük gazetelerle birlikte hayatın bir parçası haline gelmiştir. Grafik, insan hayatına, sokaklardaki reklam ve propaganda afişleri, iç mekanlarda da dekoratif amaçlı baskılar olarak nüfuz etmiştir. Ayrıca grafik üretim ve mühendislik alanında vazgeçilmez bir ihtiyaç haline gelmiş-

tir (Ivins, 1989). Ancak çağ dönümünün eşliğinde dikkat çekilmek istenen iki nokta bulunmaktadır. Bunlar, litografî ve fotoğraftır. Bugün litografinin ne olduğunu pek çok insan anımsamayabilir. Ancak fotoğraf, günümüzün bellek tutma yollarından sadece biri ve hayatımızı kolaylaştıran teknoloji ile belki en önemlisi. Ancak bu keşifler yapıldıkları yıllarda aslında insanın bilgiyi ve görüntüyü anlama yollarını kökten değiştirmiştir.

Burada dikkat çekilmek istenen ikinci nokta her iki sözcüğün de kökeninde bulunan “grafi” kelimesidir. “Grafik” Yunanca kökeninde görselleştirmek anlamına gelir. Buradan hareketle “fotoğrafi” ışık ile görselleştirme, “litografî” ise taş ile görselleştirme anlamına gelmektedir. 20. yüzyılı bu denli etkileyen iki tekniğin de grafik kökenli olması özellikle üzerinde durulması gereken bir durumdur. Buradan hareketle grafiğin, insanların yaşayış biçimleri yani sosyal yaşam üzerine etkisini sorgulayabiliriz. Grafik anlatım, tarihi boyunca çoğaltılabilen görsel öge temeline dayandığı için belki de doğrudan iletişim kurmada süreklilik açısından her zaman başarılı olmuştur.

2.1.1 Fotoğrafın Grafik Anlatıma Etkisi

Fotoğrafın keşfine kadar, baskı kalıpları hazırlamak ve görsel oluşturmak tamamen elle yapılan bir üretim olmuştur. Ondokuzuncu yüzyıla gelinirken yaşanan bir dizi buluş, görselin üretimini ve çoğaltmasını hızla makine çağına taşımıştır. Fotokimyasal işlemin merkezindeki “Camera Obscura” M.Ö. Aristoteles zamanından beri bilinmektedir. Hatta ressamlar sıklıkla kompozisyonlarını oluştururken bu mekanizmaya başvurmuşlardır. Bu durumda eksik olan tek şey görüntüyü sabitleyecek ışığa duyarlı bir malzemenin bulunması olmuştur. Grafik ve fotografik iletişim, başından itibaren sıkı ilişki içerisinde olmuştur. İlk fotografik görseli üreten Joseph Niepce (1765-1833) aslında baskı kalıplarına çizimleri aktarmanın bir yolunu ararken, bu keşfi yapmıştır (Meggs, 1998) (Resim 17). İlk fotoğraf denemelerinin grafik üretimin desteklenmesi doğrultusunda oluşması aynı zamanda fotogravürün ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Beynimizin yüzde otuzu görme duyumuza ayrılmıştır. Bu nedenle beynimiz çoğunlukla gördüğümüz şeye inanmayı tercih etmektedir (Crowell, 2011). Fotoğraf en basit anlamda insanın gördüğünü yansıtabildiği bir araçtır. Bu yönüyle insanlığın algısını büyük ölçüde değiştirmiştir. Fotoğrafın keşfiyle insan daha önce hiç bir sanat dalının yakalayamadığı ışığı ve hareketi bir kareye sığdırmayı başarmış; algılayamadığı pek çok olguyu anlaşılabilir kılmıştır. Bu açıdan fotoğraf insanlığın dünyaya bakışını değiştirmiş ve derinden etkilemiştir. İnsanoğlu daha da ileri gitmiş; ışığı manipüle ederek; insanların algılarını manipüle etmeye başlamış ve günümüz dijital teknolojisi ile bu gerçeklik algısı bambaşka boyutlar kazanmıştır.

Fotoğrafın keşfi grafik anlatım biçimlerini de çok derinden etkilemiştir. Günümüzde fotoğraf bilgisi grafik üretim içerisinde büyük önem taşımaktadır. Bu durum fotoğrafın görsel algılamadaki etkisi ile doğrudan ilişkilidir. Fotoğrafın on sekizinci yüzyıldaki keşfi öncelikle çizeri, daha sonra oymacıyı; yani görseli tekrar üretilebilecek hale getirecek ustayı aradan çıkartmış; üstüne üstlük sınırsız sayıda çoğaltılabilir hale getirmiştir (Ivins, 1989). Bu sadece grafik anlatımı değil güzel sanatların tüm alanlarının işlevlerinin ve anlatımlarının sorgulanır hale gelmesine yol açmıştır. Marshall McLuhan (2001) Gutenberg Galaksisi adlı kitabında matbaanın icadıyla birlikte yazılı bilginin insan algısını sözelden görsele dönüştüğünü anlatmaktadır. On sekizinci yüzyılda, fotoğrafın icadıyla birlikte bu algı başka bir boyuta taşınmıştır. Ivins (1989) burada toplumun görme şeklinin fotografik algılamaya dönüştüğünü ve temsildeki doğruluğun fotografik imaj olarak kabul edildiğini ortaya koyar. İnsanlar artık fotoğraflarda gördükleri imgeleri kendi gözleri ile görmüş gibi doğru olarak kabul etmeye başlamışlardır. Yeryüzündeki herhangi bir görüntü istenildiği gibi çoğaltılabilecek hale gelmiş ve kayıtsız şartsız gerçek olarak kabul görmeye başlamıştır. Günümüzde bile fotografik görüntüler elle üretilmiş bir imajdan daha inandırıcı olmayı sürdürmektedir.

“7 Ocak 1839 günü gökbilimci François Arago, Fransız Bilimler Akademisi'nin özel bir oturumunda Louis Daguerre'nin fotoğrafçılığı keşfini takdim etti. Sonraki aylarda Daguerre bu icadını bütün Parislilere gösterip tanıttı, en sonunda Fransız hükümeti de icadın patent haklarını satın almaya ve bunu bir kamu malı haline getirmeye karar verdi. Bu yeni sürecin yarattığı heyecan dalgasından dolayı ressam Paul Delaroche'nin “Artık resim ölmüştür” diye esflendiği söylenir.” (Shiner, 2010, s. 308)

İlk bakışta fotoğrafın resim sanatının işlevini büyük ölçüde yitirmesine yol açtığı düşünülse de; aslen resim sanatının özgürleşmesine ve bireysel anlatımlara yoğunlaşmasına sebep olmuştur denebilir. Hatta pek çok ressamın fotoğrafın olanaklarından yararlandığı bilinmektedir. Günümüzde de fotogerçekçilik hem kullanılan bir terim, hem de bir uygulama biçimidir. Fotoğrafın, resim sanatından gerçeği belgeleme işlevini devraldığı söylenebilir. Çünkü fotoğrafın icadıyla birlikte ticari anlamda portre ressamlığı neredeyse bitmiştir (Shiner, 2010).



Resim 17: Joseph-Nicéphore Niépce, Cardinal O'Amboise, Fotoğraf (Heliogravür), 16.2 x 13 cm, 1827

http://www.artnet.com/artists/lotdetailpage.aspx?lot_id=CD94F51A64F47737

Fotoğrafın icadı toplumsal bir eğlenceye dönüşmüş ve çok kısa bir sürede fotoğrafın kendisinin bir sanat olup olmadığı tartışılmaya başlanmıştır. Hatta bu tartışmanın resim sanatına tekrar kişisel izler bırakma yolunda fırça darbelerini getirdiği görülmektedir (Shiner, 2010). Grafik alanında da kalıp hazırlama sürecinde kimi sanatçıların bir cam yüzeyine yaptıkları çizimleri daha sonra ışık aracılığı ile fotografik filmler üzerine geçirdikleri bilinmektedir. Bu yöntem genellikle asit indirmenin karmaşık uygulama adımlarının yerine, basitliği açısından tercih edilmekteydi. Ayrıca bu baskılar bir çizimin birebir kopyasını, o güne kadar bilinen baskı tekniklerinden yararlanmadan oluşturulmuştur (Ivins, 1989). Fotoğraf, zanaata dayalı bir teknik değil, fizik, kimya gibi bilimler temellidir. Sadece günlük hayatın bir eğlencesi olmasından öte, bilim ve teknolojide yeni gelişimlere yol açmıştır. Bu açıdan fotoğraf öncesi ve sonrası olmak üzere, sanat, düşünce, teknoloji ve bilim dünyası ayrılmıştır.

Ondokuzuncu yüzyıldaki gelişmeler ışığında, dünya yeni bir çağa hazırlanırken, William Morris ve John Ruskin'in sanat ve zanaat ayrımına karşı çıkan görüşleri aslında hiç de şaşırtıcı değildir. Basım makinelerinin mekanikleşmesi, litografi ve fotoğrafın grafik üretime katkıları ile birlikte grafik sanatlar da yeni yüzyılda başka yönlere doğru ilerlemek üzeredir. Bu değişim öncelikle, kitap ve günlük basından ayrılıp duvarlara taşınan yeni bir mecra ile başlamaktadır. Afiş grafik anlatıma bambaşka bir boyut getirmiştir. Afişin duvarlara taşınmasını olanaklı kılan ise litografi olmuştur.

2.1.2 Litografinin Grafik Anlatıma Etkisi

Yirminci yüzyıl, modern çağın başlangıcı, Rönesans'la birlikte dünyanın hızlı değişimiyle şekillenmiş ve endüstri devrimleriyle baş döndürücü bir seviyeye gelmiştir. Bunun coğrafi, ekonomik ve siyasal yansımaları pek tabii, sanatın işlevini ve biçimini de değiştirmiştir. Endüstri devriminin başlangıcı on sekizinci yüzyıl, dünyadaki grafik anlatının da büyük ölçüde değişim gösterdiği önemli bir süreçtir. Onsekizinci ve ondokuzuncu yüzyılların büyük atılımları yirminci yüzyılın şekillenmesinde

büyük rol oynamıştır. Onsekizinci yüzyılda grafik teknikleri açısından pek çok yenilik yaşanmıştır. Bewick, gravür aletlerini ahşap yüzeyde kullanmaya başlamış; Senefelder taşbaskıyı bulmuş; Stanhope, Clymer, Koenig ve diğerleri yeni tip makineleri geliştirmiştir. Endüstri devrimi ve buhar gücünün kullanımının grafik üretimine yansması tabii ki en başta hemen kabul görmemiştir. Çünkü hali hazırda kullanılan tekniklerin bu yeni ve hızlı makinalara adaptasyonu uzun sürmüştür (Ivins, 1989). Tüm bu gelişmeler aslında dünyanın okur yazarlığı ile birlikte algılama şeklini de değiştirmiştir. İnsanlığın Gutenberg sonrası görsel okur yazarlığı bir üst seviyeye taşınmıştır.



Resim 18: Honoré Daumier, Karikatür, 1834, Litografi

<http://www.zeno.org/Kunstwerke/B/Daumier,+Honoré%3A+Der+gesetzgebende+Bauch>

Willim Blake asit indirmeyi yüksek baskı olarak kullanarak; illüstrasyonlar ürettiği yıllarda, Aloys Senefelder, Bavyera’da yepyeni bir grafik tekniği keşfetmek üzeredir. Mucidinin ismini bildiğimiz tek grafik üretim biçimi olan Litografi, aynı zamanda sadece basımcının teknik bilgiye ihtiyaç duyacağı bir tekniktir. Çizgi, leke, ton gibi pek çok sanatsal varyasyonu aynı yüzeye taşımıştır. Hatta sanatçı çizimi taşın üzerine bile yapmak zorunda değildir; teknik olanaklar akla gelebilecek hemen

her uygulamayı basabilme kapasitesine sahiptir (Ivins, 1989). Litografi tekniği sanatçının, daha önceki kazıma, asit indirme ve ağaç baskıda üzerinde bulunan tekniğe bağlı zorlukları böylece kaldırmıştır.

Senefelder'in icadı, sanatçıyı kazıyıcıdan bağımsızlaştırmıştır ve toplumun ilk elden ve aynen tekrarlanabilir görsele ulaşımını sağlamıştır. İkinci el görsel temsilin böylece sonuna ulaşılmıştır (Ivins, 1989). On yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda ve hatta on altıncı yüzyılda baskı, ilk elden sanatçının üretimi değildir. Baskı konu edildiği sahneyi çoğu zaman daha önceden yapılmış bir çizimden almaktadır. Hatta öyle ki bu çizimler bazen bir heykelin çizimleri olabilmektedir. Bu durumda baskı, baskı sanatçısının kompozisyonundan çok, iletilmek istenen bilgi için önceden üretilmiş kimi kalıplar dahilinde kalmaktaydı. İşte litografi bu anlamda da devrimsel bir nitelik taşımaktadır. Çünkü litografi yüzeyi sanatçının çizimini aynen uygular. Sanatçı çizimini direkt taş yüzeyine çalışmasa bile litografinin teknik olanakları her türlü çizimi, tonu, nüansı taş yüzeyinde elde etmeye olanak vermektedir.

Senefelder'in buluşunun Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda, İspanya, Birleşik Devletler ve pek çok ülkeye yayılması ile birlikte sanatçılar da bu tekniğin çizimlerinin uygulanmasındaki uygunluğunun farkına varmış ve geniş kitlelere ulaşmıştır (Ross, 1990). Ondokuzuncu yüzyılın başında, Almanya ve İngiltere'de litografi ikinci kalite ve kötü işçilikle özdeşleştirilmiştir. Çoğunlukla, Dürer gibi sanatçıların çizimlerinin, kimi koleksiyonların reproduksiyonu, az sayıda romantik peyzaj, harabe ve eski binaların tasviri için kullanılmıştır. Litografik ürünler bu ülkelerde yalnızca çoğaltma amacıyla yapılmış ve sanatsal açıdan kayda değer pek az örneğe rastlanmaktadır. Litografinin en fazla uygulama alanı bulunduğu ülkelerin başında Fransa gelmektedir. Napolyon'un Almanya işgalleri sırasında bu tekniğin Paris'e taşındığı ve pek çok uygulayıcısının ortaya çıktığı bilinmektedir. Her ne kadar ilk litografik ürünler İngiltere'de yapıldıysa da, Fransa kurumsal basım evleri açısından öncüdür (Ivins, 1989). 1838 yılında sadece Paris'te 280 atölye bulunmaktadır.

Fransa'da litografinin etki yaratmasındaki bir diğer sebep Eugene Delacroix, Theodore Gericault gibi önemli sanatçıların bu teknikle işler üretmesiydi. Ancak asıl

etkiyi Francisco de Goya ve Honoré Daumier yapmış; bu tekniği güzel sanatlar alanına taşımıştır. (Resim 18) Hatta Fransa’da litografi o denli geniş yankı bulmuş ve gelenekselleşmiştir ki; Ingres, Gericault, Delacroix, Daumier, Millet, Manet, Degas, Cezanne, Pissarro, Renoir, Gauguin gibi tanınmış pek çok modernist sanatçı bu teknikte işler üretmişlerdir (Ross, 1990; Ivins, 1989; Harris, 1998). Bu durumda ilk litografik afişlerin Fransa’da ortaya çıkması şaşırtıcı değildir. Ayrıca litografi afişleri üreten kişilerin de yine ressam kökenli sanatçılar olması bu açıdan anlamlıdır. Barnicoat (1991), afişin ilk yüzyılında afiş ile resmin çok yakın bir ilişki içerisinde olduğunu, zamanın sanatsal akımlarını ticari sanata taşımakla kalmayıp; zaman zaman sınırlı sayıda basılıyor olmasının resim gelişimine etki ettiğini vurgulamaktadır.

2.1.3 Yeni Bir Mecra: Afiş

Toplum beğenisine sunulan ilk baskıları Martin Luther’in teziyle birlikte on altıncı yüzyılın başlarında görmekteyiz (Cramsie, 2010; Ivins, 1989). Dini devrim, enerjisini topluma baskı makinesi aracılığı ile taşımıştır. Afiş, toplumda tanıtım amaçlı ve koleksiyonerler için bir nesne olarak oluşturulmuştur. Teknik olarak afişi görünebilir kılan ondokuzuncu yüzyılın teknik olanaklarıdır ve 1870 –Birinci Dünya Savaşı bitimi aralığında, ticaret ve sanatla ilişkilendirilmiştir (Barnicoat, 1991). Bu dönem “Afişin Zamanı” olarak bilinmektedir. Dini ve politik güdümlü reformların sesi olan baskılardan farklı olarak ondokuzuncu yüzyılın afişleri, ticarete ve eğlenceye hizmet etmekteydi. Pek çokları için afiş açıkça tüketimi sembolize etmekteydi.

Patrick Cramsie (2010), ondokuzuncu yüzyıl öncesinde, harflerin sadece kitapların tasarımı için kullanıldığını ve bu sebeple baskının çoğunlukla, kitap basmak olarak gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Baskının çoğunlukla kitap basımı için kullanıldığı doğrudur. Ancak tek sayfalık ilan benzeri basımlara rastlandığını da daha önce değinilmiştir. Metnin genellikle kitap basımının baskınlığını taşımıştır. Elyazmalarından itibaren kabul görmüş bir biçimde, metnin yüzeye yatay çizgiler halinde ve ortadan hizalı olarak yerleştirilmesi kabul görmüştür. Cramsie (2010), Endüstri Devrimi ile birlikte kitap formunun baskınlığının sorgulandığını ve ondokuzuncu

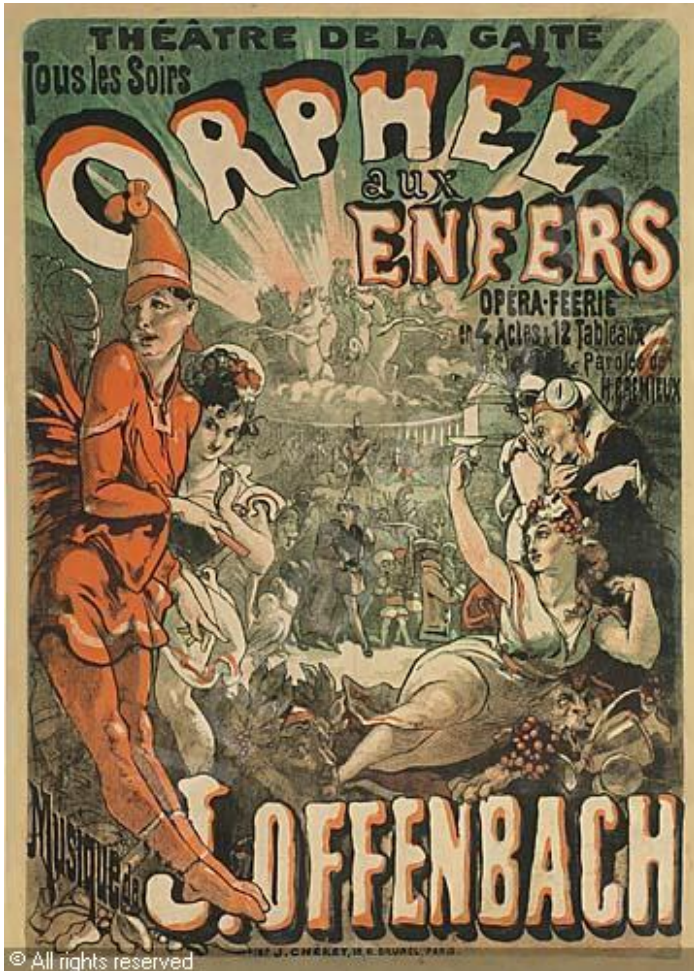
yüzyılda ticaretin muazzam gelişiminin, ticari mal ve hizmetlerin tanıtılması için, fiyat listeleri, banknotlar, reçeteler gibi başka formlara gereksinim doğurduğunu dile getirmektedir. Yeni icat edilen metal kutular, bira şişeleri, ilaç şişeleri ve kibrit kutuları gibi kimi nesnelere üzerlerini yapıştırılacak etiketlerin basımını zorunlu kılmıştır. Seyahat ile ilgili olarak biletler, tarifeler, pasaport ilk kez topluma tanıtılmıştır. Posta pulu ve zarf gibi kağıt malzemeler kullanıma girmiştir.

Endüstri devriminin ürünleri tüm dünyada dolaşıma girmiş ve beraberinde de basılı malzemeye ihtiyaç duymuştur. Bilgi, sadece kitaptan öğrenilecek bir şeyden, günlük hayatımızın her alanında ulaşmıştır. Endüstri Devriminin sadece toplum yaşayışını değiştirmesi açısından değil, bilginin kullanımı açısından da insanoğluna yeni bir boyut kazandırdığı görülmektedir. Ayrıca Endüstri Devrimi, toplum yapılanmasına da bambaşka boyutlar getirmiştir. Çünkü artık loncalar, işçi ve işveren sınıflarına bölünmüş; bu sınıfları organize eden yeni sivil toplum kuruluşları örgütlenmiştir. Köylerden kentlere göç başlamış; fabrikalar ve yeni çok katlı binalarla şehirlerin çehresi değişmiştir. Kısacası Endüstri Devriminin, toplumun örgüt yapısını kökten değiştirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu değişen toplumun pek tabii değişen iletişim biçimine, basımcılar alternatifler üretmişlerdir. Karanlık şehirlerin duvarlarında ilgi çekecek ve büyük boyutlu, tırnaklı harflerle bezenmiş duyurular, giderek ürünün tanıtımından çok satışına yönelmiştir (Cramsie, 2010). Kromolitografinin ondokuzuncu yüzyıldaki uygulaması ile afişler daha önce olmadığı kadar renkli ve büyük boyutlu basılmaya başlanmıştır. Önceleri düz bir yüzey afişin asılması için yeterliyken; bir süre sonra daha sistematik ve organize bir şekilde asılmaya başlanmıştır. Hatta özel olarak üretilen çerçeveli alanlara asılan afişler bir nevi resim muamelesi görmüştür. Afişin izleyici ile kurduğu bu bağı ve etkisini ancak sinemanın gelişimi etkileyebilmiştir. Sinema yeni eğlence biçimi olarak, afişin uyandırdığı coşkuyu elinden almıştır.

Ondokuzuncu yüzyıl sonunda afişler, Paris bulvarlarını ve sokaklarını bir duvar kağıdı gibi kaplamaktaydı. Daha önce dergiler için kullanılan illüstratif tarzdaki figürler, rengarenk sokakları canlandırmaktaydı. Bir çeşit sokak sanatı olan afiş, pek

çok sanatçının dikkatini çekti. Ancak bu kişilerin öncüsü olarak Jules Cheret'i saymak gerekir. Cheret litografiyi bir çoğaltma aracı olmaktan çıkarıp; sanatsal bir araca dönüştürmüştür (Ivins, 1989). Jules Cheret, afişlerini renkli litografi ile kendi basımevinde üretmekteydi. Barnicoat'a göre bildiğimiz formuyla ilk afişi bu zamana tarihlenmemiz gerekir. Bunu iki nedene bağlayan Barnicoat (1991), bizzat Cheret ve litografideki teknik gelişmeleri öne sürmektedir. (Resim 19) Cheret'in afişlerinin Avrupa duvar resminden etkilendiği açıktır. Belki de sokaklarda bu denli etki yaratması, sadece sokakların karanlık duvarlarına resimsel bir tat getirmiş olması değil, bir yandan da güçlü bir geleneğe dayanıyor olmasıdır. Cheret'in, yerel kültürü ve duvar resmi geleneğini, hareketli çizgileriyle birleştirmiş olması, illüstratif bir tarzla bilginin aktarılması yönünde bir devrim yaratmıştır.



Resim 19: Jules Cheret,, 1858, Ophee Yeraltında Eğlence Mekanı için Afiş.

<http://www.artvalue.com/auctionresult--ch-ret-jules-1836-1932-33-fran-orphee-aux-enfers-1947950.htm>

Litografinin asıl parlaması yüzyılın sonunda, reklam afişlerinin, ki bunların bazıları muazzam boyutlardadır, en basit ve kolay üretim biçimi olarak büyük bir başarı ile kullanılınca gerçekleşmiştir. Hiç kuşku yok ki bu bölümün büyük ustası da Toulouse-Lautrec'tir (Ivins, 1989). Fransa'da sokaktaki sanat olarak adlandırılan bu afişler, toplumun sanatla buluştuğu bir nokta olarak önem kazanmıştır. Litografinin yarattığı bu yeni mecra, daha sonraki başlıklar altında incelenecektir. Avrupa'da bu baskıların tanınması Birinci Dünya Savaşı öncesine rastlamıştır. Büyük ölçüde toplumsal ilgi uyandırmış ve daha önceki yıllarda yapılmış baskılara da saygı kazandırmıştır. Ancak bu ani ilgi de birden bire sönmüştür. Pek tabii bunda fotoğraf üretiminin ve toplum üzerindeki etkisinin payı büyüktür.

Cheret'i takip eden dönemde, afiş artık sosyal yaşamın bir uzantısı haline gelmiştir. Art Nouveau ile birlikte altın çağını yaşayan afiş, koleksiyonerlerin de ilgisi çekmiş ve bir sanat eseri statüsünde biriktirmeye ve sergilenmeye başlamıştır. Günümüz afiş müzelerinin temellerinin o günlerde atıldığını söyleyebiliriz. Art Nouveau, Cheret'in uslubuna yeni bir boyut da getirmiştir. Japon Baskılarının kompozisyon öğeleri, resim sanatını olduğu kadar afiş sanatını da etkilemiştir. Bu tarzın hiç şüphesiz etkili kullanıcı Henri Toulouse-Lautrec olmuştur. Düz alan kullanımı ve insanların karikatürize illüstrasyonları, sayfaya yerleştirilişleri ile, Lautrec, duygusal ve asimetrik dışavurumlarını afiş yüzeyine aksettirmiştir. (Resim 20) Cramsie'nin (2010, s. 153) de değindiği gibi, eğlence dünyasının renkli kişiliklerini afişlerine taşıması, Lautrec'in afişlerini popüler hale getirmiştir. Art Nouveau'nun kendinden emin tarzının afiş yüzeyinde Lautrec'le beraber bir soyutlamaya doğru gittiğini de açıkça görebiliriz. Tüm bu seri üretime ve sınırsız denemeye imkan sağlayan litografinin, altın çağı da afişle birlikte yükselmiştir.

Art Nouveau ilk modern tasarım hareketi olarak Avrupa ve Amerika'da geniş yankı bulmuştur. Ayrıca her ülke kendi geleneksel üslubunu Art Nouveau'nun genel çerçevesi içerisinde uygulamıştır. Dikkat çeken bir nokta da afişlerin imzalanması durumu olmuştur. Afiş sanatçısı bir resim gibi afişleri imzalamakta ve kişiliğini tasarıma yansıtmaktadır (Cramsie, 2010). Baskıların imzalanması durumu, erken dönemde Albrecht Dürer gibi sanatçının aidiyetini vurgulamak adına baskının içerisine

yerleştirildiğini; daha sonraları baskının Rembrant, Goya, Daumier gibi sanatçılar tarafından, başka bir mecra içerisinde kullanılmamak üzere basılmış edisyonlarında ise baskının altında görülmektedir. Afişler de birer baskı olarak, bağımsız bir mecra gibi değerlendirilerek imzalanmıştır. Bu imza durumunu daha sonra güzel sanat olarak ayrılan baskılarda görmeye devam etmekteyiz. Ticari işlerde ise çoğunlukla görülmemekte; ancak yine afişlerde yer almaktadır. Afiş geleneğinde imzanın başlangıcından günümüze görüldüğünü söylemek yanlış olmaz.



Resim 20: Divan Japonais, Henri Toulouse-Lautrec, 1893, Afiş

Cramsie, Patrick, The Story of Graphic Design, British Library, 2010, s. 152

Art Nouveau'da afişin boyutları, çoğunlukla figürlerin birebir çalışılması ile fazlaca büyümüştür. Alphonse Mucha, dünyanın o dönemde bilinen en tanınmış dekoratif sanatçısıdır. Sarah Bernhardt'ı taşıdığı afişi iki metreye yakın boyu ile sokaktan geçen insanların gözünü yakalarken; Cheret'nin kadın güzelliğine ve Lautrec'in

afiş ile iç içe geçmiş yazı stiline gönderme yapmaktadır (Cramsie, 2010). Benzer öğeler taşıyan pek çok örnek Art Nouveau'nun belirleyici örneklerini oluşturmuştur. Sokağın sanatı olarak Art Nouveau'nun taşıyıcısı grafik alanında afişlerdir.

2.2 Topyekün Savaş Devrinde Grafik Baskı

Goya, zamanının aptallığını ve savaşını protesto etmek için hem boyalı hem de basılı görseller üretmiştir. 1814 tarihli destansı “Üç Mayıs 1808 İnfazları” tarihin zalim bir hatırlatıcısıdır. “Kaprisler” ve “Savaşın Felaketleri” isimli asit indirme serileri de aynı zamanda zamanının konuları üzerine yorumlarını içeriyordu. Savaşın acımasızlığını ayıplarken ilk elden tanıklığını baskılarına yansıtarak; izleyicinin de tanıklığını sağlıyordu. Savaşı şan, şeref veya bir amaç olmadan; ve daha çok sivil halkın yaşadığı terör yani insani şartlarda gerçek felaket üzerinde yoğunlaşarak betimleyen ilk sanatçıdır (Caplow, 2009).

Yirmi yıl sonra Honore Daumier Fransa'nın çöküşünü ilan etmek için binlerce litografi yapmıştır. “Rue Transnonain” baskısında polisin gaddarlığını aynı aileden üç kuşağın Paris'teki evlerinde öldürüldüğünü göstererek suçlamıştır. Aynen Goya gibi Daumier'in baskıları da belli bir yer ve tarihi gösterse de 1968'te Meksiko City'de, Tlatelolco Meydan'ındaki öğrenci katliamının ardından çevrede oturanların da evlerinde öldürülmesi olaylarında da görülebilirdi. Daumier'in 1831 tarihli, Kral Louis-Philippe'nin yoksulların parasını ve ekmeğini yiyip bitirmesini betimlediği Gargantua litografisi, çöküş ve adaletsizliği gösterme cüretini gösterdiği için kendisine altı ay hapis kazandırmıştır (Caplow, 2009).

Edouard Manet de zamanını olaylarına karşı yorumlarını dile getirmiştir. Goya'nın Üç Mayıs 1808 İnfazları eserinin üzerine yapılandığı Maximilian'ın infazı tablosunda, III. Napoleon'un Maximian'ı 1860'larda Meksika'yı işgal etmesine yardım etmesi ve ardından da kaderine terk etmesini eleştirmiştir. Bunun üzerine Fransız hükümeti istikrarsız olan durumunu daha da zora sokmamak için sanatçının

bu eserini sergilemesini ve bu eserden üretilen baskıları yasaklamıştır (Caplow, 2009).

2.2.1 Modernist Stillerde Grafik Baskı

Sanat tarihinin yirminci yüzyıl bölümü grafik baskı açısından teknikten uzak ele alınmıştır. Çoğunlukla eserlerin uygulandığı baskı teknikleri, estetik açıdan dile getirilmiştir. Oysa ki ondokuzuncu yüzyılın sonundaki baskı ile ilgili gelişmeler ve yaygın kullanımı dolayısıyla, yirminci yüzyılda hemen her sanatçı baskı ile iş üretmiştir. Bu açıdan, yirminci yüzyılı baskılar üzerinden incelemek diğer başka bir dönemden daha elverişlidir (Castleman, 1988). Yirminci yüzyılın en dikkat çeken baskıları genellikle kitap resimlemesi için yapılmış illüstrasyonlardan oluşmaktadır.

Yirminci yüzyılın başında Ekspresyonist bir tavırla ortaya çıkan kimi baskı sanatçıları, savaş öncesi döneme damga vurmuştur. Günümüzdeki dijital hayatına karşılık yapılan ve son bölümde bahsi geçen baskılar gibi, bu dönemin sanatçıları da makineleşen baskı tekniklerine tepki olarak işler üretmişlerdir. Afişin yanı sıra kitap resimleme amacıyla üretilen baskıların sayısı hiç de az değildir (Castleman, 1988).

Castelman (1988), Eduard Munch geleneğini sürdüren Alman Die Brücke (Köprü) grubunun esin kaynakları olarak Münih Sembolistlerini, Sigmund Freud'un psikanaliz çalışmalarından türeyen fantezilerini göstermektedir. Die Brücke, devrimci anlatımlarını yansıtmak adına, ondokuzuncu yüzyılda kullanılan, renkli litografi ve aquatint yöntemlerinin karşısında siyah beyaz ağaç baskılar üretmişlerdir. 1906'da Ernst Ludwig Krichner (Resim 21) tarafından kaleme alınan manifestolarında, genç sanatçıları, fiziksel ve manevi bir özgürlük için eski kuşağın konformist değerleri karşısında birleşmeye çağırmaktadır. Modernist dönemde sıkça rastlanan bir önceki düzene karşı durma duruma aslında günümüzün söylemlerinin de kaynağını oluşturmaktadır. Die Brücke gibi, günümüzde de bir önceki kuşağın değerlerine karşı bir duruş için birlik çağrısı bulunmaktadır. Ancak görünen o ki; her dönemde bu geliş-

meler içselleştirilmiş ve başka gelişmeler için yollar bulunmuştur. Fark günümüzde birliği sağlanamaması durumudur.



Resim 21: Ernst Ludwig Kirchner, Sergi Afişi, 1910, ağaç baskı

<http://weimarart.blogspot.com/2010/07/ernst-ludwig-kirchner.html>

Emil Nolde gibi sanatçıların ekspresyonist litografi ve ağaç baskıları takiben, formun, rengin ve hareketin çözümlenmesi keşfi Avrupa’da yeni hareketlerin habercisi olmuştur. Alman yaklaşımı, İtalyan Fütürizminden ve Fransız Kübizminden çok daha grafik olmuştur. Alman ağaç baskılarının yarattığı etkiyi çok az kübist baskıda görmek mümkündür (Castleman, 1988). Der Blaue Reiter (Mavi Atlılar) grubu bu dönemin önemli sanatçıları bir araya toplamıştır. Bu dönemde renkli ağaç baskılar görülmektedir. Ancak henüz eksiltme tekniği kullanılmamakta; çok kalıplı baskılar dikkati çekmektedir.

Birinci Dünya Savaşının getirdiği yıkım, acı, yokluk, savaş sonrası üretilen afiş ve baskılarda etkili şekilde yansıtılmıştır. Savaş sonrası “yeni nesnellik” izinde toplumun dikkatini ahlaki meselelere çekmeye çalışan genç sanatçılar çoklukla baskının diline başvurmuşlardır. Özellikle Otto Dix (Resim 22), George Grosz (Resim 23), Kathe Kollwitz (Resim 24) sadece savaş durumunun vahşetine ve çirkinliğine değil aynı zamanda savaş sonrası kazanç hesaplarına da çok etkin grafikleri ile dikkati çekmişlerdir. (Castleman, 1988).

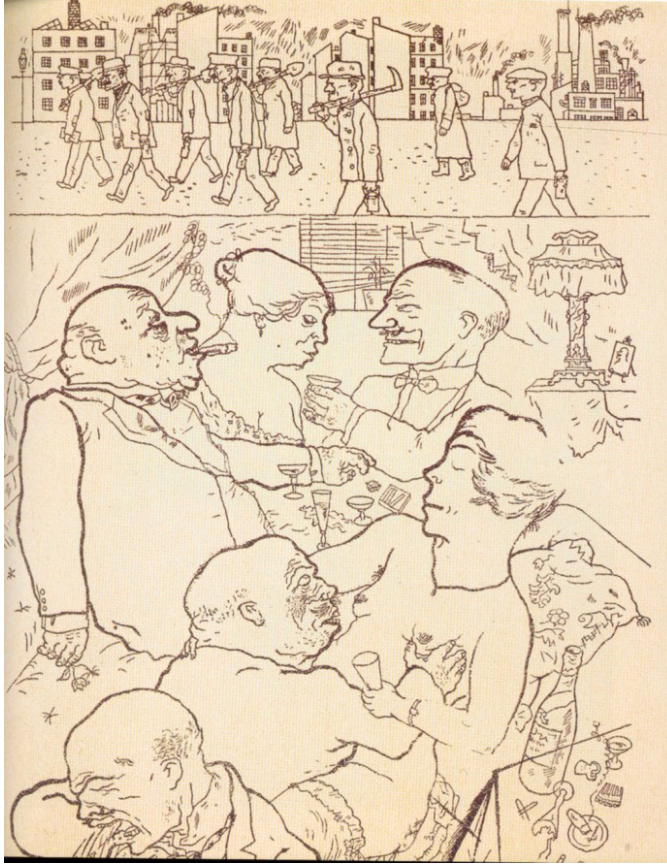


Resim 22: Otto Dix, Yaralı Asker, 1924, asit indirme ve aquatinta

<http://www.artexpertswebsite.com/pages/artists/dix.php>

Yine savaş sonrası Cumhuriyetçiler ve Komünistlerin iç savaşının başladığı İspanya’da ortaya çıkan afişlerde ise fotomontaj teknikleri göze çarpmaktadır. Aynı fotomontaj tekniklerini, Mussolini İtalya’sında ve Nazi Almanya’sında görmek mümkündür (Barnicoat, 1991). Bu dönemlere ve ülkelere bakıldığında, modern sanat hareketlerinin etkileri izlenmektedir. Zira yirminci yüzyıla birlikte, Dada, Fütürizm, De Stijl ve Konstrüktivizm ‘in yankılandığını görmekteyiz. Özellikle Dada ile birlikte kolajın görsel üretimine dahil olduğunu bilmekteyiz. Dada’da aynı zamanda ko-

lajın dağınık ve rastgele etkisini tipografide de izlemekteyiz. Bu durumun afişlere taşınması da son derece doğaldır. De Stijl'i izleyen dönemde Konstrüktivistler, fotoğrafı grafik anlatımla son derece başarılı bir şekilde birleştirmişler ve bu birliktelik takip eden yıllarda ayrılmaz bir bütünlüğe doğru evrilmiştir. Bauhaus dönemi de aynı derecede fotoğrafı grafik anlatıda kullanmıştır.

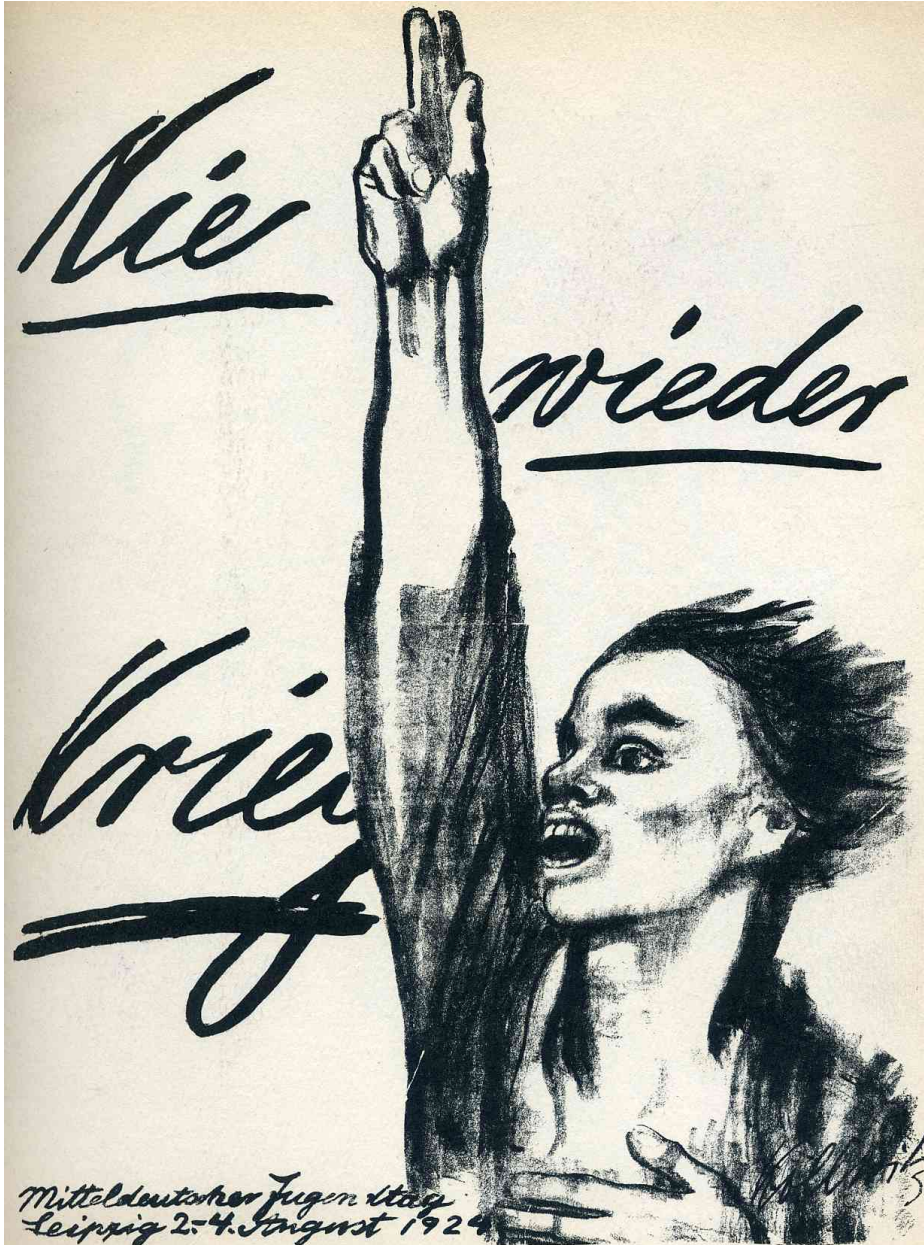


Resim 23: George Grosz, Im Schatten, Litografi, 1921

<http://heyokamagazine.com/HEYOKA.2.PAINT.GROZ.htm>

Birinci Dünya Savaşı ile kesintiye uğrayan sanatsal hareketler, afişin varlığını unutturmamıştır. Afiş, reklamın olduğu kadar propagandanın da en sık başvurduğu ve en etkileyici mecra olmuştur. Dünya savaşları sırasında sinema da etkili bir propaganda aracı olsa da afiş, güncelliğini korumuştur. Barnicoat (1991), Cheret, Mucha ve Lautrec gibi, resim sanatına tasarımlarıyla katkıda bulunan sanatçıların haricinde, afişin, Birinci Dünya Savaşı öncesinde daha çok hakim güçlerin kabul edilebilir sınırlar çerçevesinde ve moda stillerde görselleşmesi olduğunu vurgulamaktadır. Ancak Birinci Dünya Savaşı sonunda bu durum değişmiş; pek çok politik ayaklan-

ma, politik afişlere yeni bir yön çizmiştir. Ancak pek çok hükümet ve hatta afiş sanatçıları bu durumu onaylamadıkları için, afiş 1950’lili yıllara kadar ticari ikna aracı veya bir sanat formu olarak görülmeye devam etmiştir (Rigby, 1984). İkinci Dünya Savaşı afişlerini, asker toplama, savaş fonları satışıyla para toplama ve savaş gaddarlıklarını yansıtan olmak üzere üç grupta toplamak mümkündür. Bu temaları itibarıyla savaş dönemi afişleri, ticari afişlerden ayrılmaktadır (Barnicoat, 1991).



Resim 24 “War Never Again” (Savaş Bir daha asla), Kathe Kollwitz, 1924, Litografi

http://www.wikipaintings.org/en/kathe-kollwitz/not_detected_235977#close



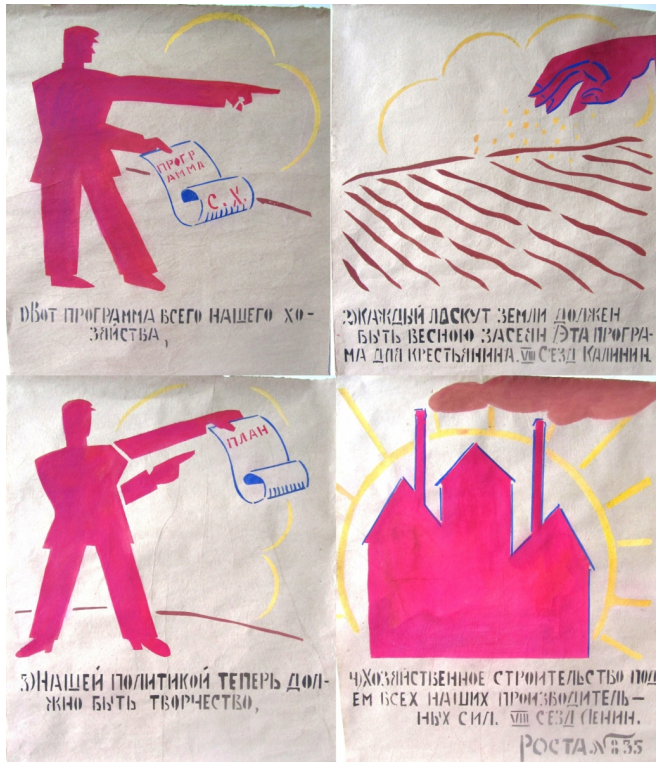
Resim 25 “On Les Aura” (Ruh Budur), Faivre, 1917, Litografi

<http://www.posterclassics.com/vintage-french-military-poster5.html>

Bu dönemde afişin üretim biçiminin halen litografi olduğu görülmektedir. Kathe Kollwitz (Resim 24) ve Faivre (Resim 25) gibi sanatçıların son derece duyarlı afişleri, tekniğin olanaklarının iyi şekilde kullanıldığının da göstergesidir. Örneklerden anlaşıldığı kadarı ile litografinin hemen her ülkede, afiş üretiminde kullanılan tek teknik olduğunu söylemek mümkündür. Hatta İngiliz sanatçı Spencer Pryse’in belgeleme amaçlı olarak litografi taşlarını cepheye götürüp; çizimleri savaşın dehşetini yansıtmak amacıyla burada oluşturduğu bilinmektedir (Barnicoat, 1991) (Resim 27).

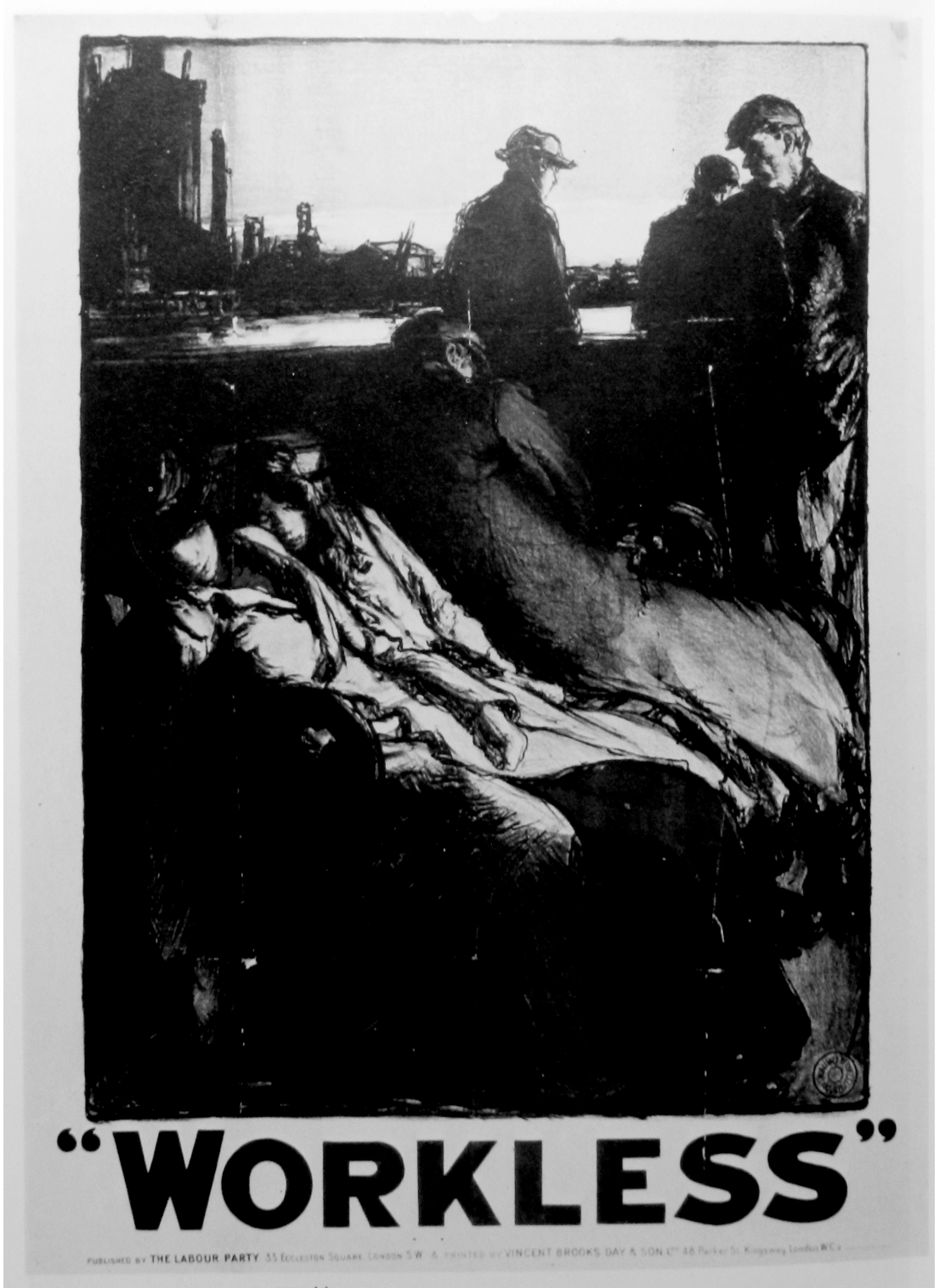
Ancak bu dönemde afişlerde yazı ve görsel bütünlüğü pek görülmemektedir. Savaş ortamından dolayı yazı afişe elle eklenmekte veya elde var olan yazı karakterleri ile dizilerek; litografi üzerine tipo ile basılmaktadır.

Birinci Dünya Savaşı sonrasında, litografinin yanı sıra farklı baskı teknikleri de kullanılmıştır. Bunlara örnek olarak Rusya’da, savaşın hemen ardından, yaşanan Ekim Devrimi’nde okuryazar olmayan halka devrimi anlatmak veya yeni vergileri duyurmak gibi amaçlarla afişler üretilmiştir. Bu afişler devletin ajansı tarafından tasarlanmış ve elle renklendirilmiştir. (Resim 26) Bu afişler önce Moskova daha sonra diğer şehirlerdeki alışveriş merkezlerinin dükkanlarındaki boş pencerelelere yerleştirildiği için “ROSTA Pencereleleri” (ROSTA, devlet reklam ajansıdır) olarak adlandırılmıştır. Bu afişlerde Rus Ortodoks Kilisesi ikon ve resimlerinin, primitif ağaç baskılarının ve hiciv karikatürünün etkileri kolayca sezilmektedir (Cramsie, 2010; Margolin, 1984). Böylelikle Rus politik propagandası, Konstrüktivist stilin yapı taşlarını oluşturmuştur.



Resim 26, Vladimir Mayakovski, Afiş, 1921, Tarım Üzerine Afiş Serisi, El boyaması, ROSTA Pencereleleri Afişlerinden

<http://www.redavantgarde.com/shop/goods-3368.html>



Resim 27 Gerald Spencer Pryse, İşsiz, Afiş, 1910, Litografi ve tipo baskı

John BARNICOAT, Posters: A Concise History, Thames and Hudson,1991, s. 244

2.2.2 Serigrafinin Endüstriyel Üretimden Kurtulması

Baskı teknikleri arasında kadim kökleri bilinmesine karşın, en yeni teknik olan serigrafi, aslında kalıp baskıya köklerini dayamaktadır. M.S. 500'lerde Japonya'da ve M.S. 1000 yılında Çin'de kalıp baskının kullanıldığı bilinmektedir. Avrupa'da ise Haçlı seferleri sırasında, askerlerin eteklerine işaret niteliğinde kıvıllı haçlar basılmıştır. Ancak ondokuzuncu yüzyılın ortalarında Japonya'ya yapılan seferler sonucu gelişmiş serigrafi yöntemleri Avrupa'ya taşınmıştır. Özellikle tekstil baskılarını gerçekleştirmek için kullanılan serigrafi, "Seri", ipek ve "graph", yazı sözcüklerini birleştirmektedir. İlk patent İngiltere'de alınmış ve ardından gelişmeler kaydedilmiş olmasına karşın; ticari sır özelliğinden dolayı tekniğin detayları fazla yayılamamıştır. (Ross, 1990)

Amerika Birleşik Devletleri'nde ise 1914 yılında John Pilsworth, çok renkli serigrafi baskı tekniğini mükemmelleştirmiş ve gelişen reklam endüstrisinin hizmetine sunmuştur. Linol baskıdaki eksiltme tekniğine benzer şekilde işleyen ve tek kalıp üzerinden üretilen işler, afişlere, tabelalara, billboardlara taşınmıştır. Daha sonra endüstriyel potansiyeli ile ambalaj ve çeşitli sanayi kollarına yayılmıştır. 1925 yılı itibarıyla fotografik yöntemlerin de kullanılması ile serigrafi için tam otomatik makineler üretilmiştir. Endüstriyel üretimin yanı sıra 1930'lu yıllarda bazı baskı sanatçıları bu tekniğin potansiyelini keşfetmiştir (Ross, 1990). WPA grafik bölümlerinde pek çok teknik uygulanmış olmasına karşın, serigrafinin popülerliğini özellikle bu dönemde borçlu olduğunu bilmekteyiz. Avrupa'daki uygulamalarından çok daha yaygın olarak kullanılmıştır. Grafik baskı açısından, eski kıta geleneksel teknikler üzerindeki ustalığını arttırırken, yeni kıta yeni keşifleri geliştirmeye hevesli olmuştur.

2.2.3 WPA ve Amerika'da Grafik Baskının Yükselişi

Yirminci yüzyılın ilk elli yılı içerisinde Amerika'da baskı büyük ilgi toplamış ve pek çok sanatçı, düşüncelerini, fikirlerini ve hayallerini bu yolla ifade etmiştir.

Geleneksel olarak, kitap resimleme ve gazete illüstrasyonlarından bağımsızlaşarak; güzel sanatlar alanına kayan baskı, zamanın ünlü ressamlarının, asit indirme, litografi, ağaç baskı, serigrafı gibi tekniklerde renkli denemeler yapmasıyla bir geleneğe kavuşmuştur. Yüzyılın en verimli döneminin otuzlu yıllar olması ve “Büyük Buhran” a denk gelmesi pek şaşırtıcı değildir. Çöken ekonomi içerisinde sanatçılara gelir sağlamak amacıyla kurulan Federal Sanat Projesi (FAP), işsiz sanatçılara çalışma alanları yaratmıştır (Viso, 2009). Bu dönem ikiyüzbin baskının üretildiği, akıl almaz bir dönem olmuştur (America at Work, 2006). Bu dönemin afişlerinde ağırlıklı olarak Art Deco estetiğini görmemiz ise Jean Carlu’nun taşıdığı bir etkidir (Eskilson, 2007) (Resim 28). Dönemin özellikle dergi tasarımında bu tarzı etkili şekilde izlemek mümkündür (Meggs, 1998).



Resim 28: WPA afişi, Mason Şehiri Sanat Merkezi açılışı duyurusu, litografi, 1941

<http://www.loc.gov/pictures/collection/wpapos/item/89715166/>

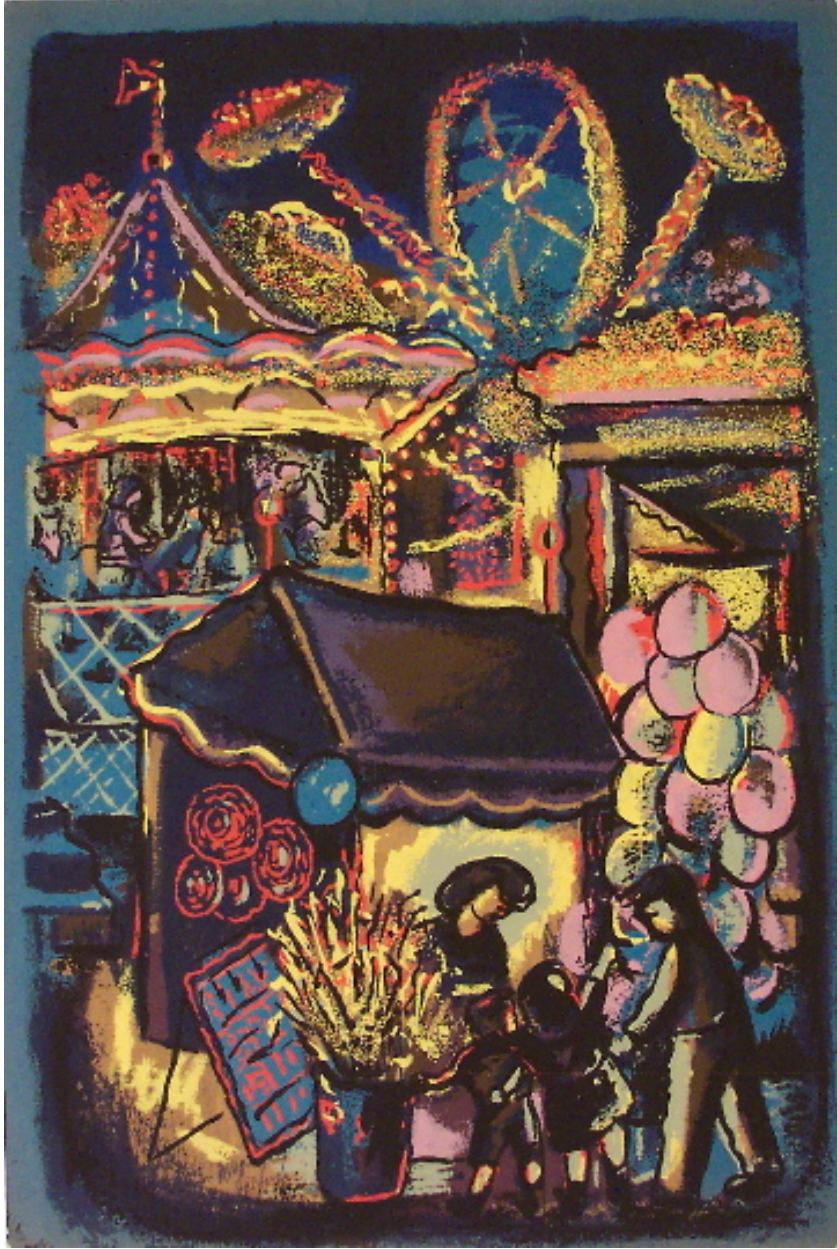
Works Progress Administration (WPA) (İş Geliştirme Dairesi) altında çalışan FPA kapsamında pek çok grafik birimi oluşturulmuştur. Bunlardan en büyük ve deneysel olanı New York'taki büro olmuştur. WPA için üretilen baskılar, litografi, ağaç baskı ve 1939 yılında endüstriyel tekniklerden, Anthony Velonis tarafından geliştirilen renkli serigrafi teknikleri ile gerçekleştirilmiştir. Serigrafinin yeni olanakları Riva Helfond'un işlerinde gözlemlenebilirken (Resim 30); renkli ağaç baskının potansiyelini de Joseph Rajer ve Ben Hoffman gibi sanatçıların işlerine yansımıştır (Viso, 2009) (Resim 29).

İkinci Dünya Savaşı dönemi afiş üretiminde, tasarım açısından yenilikçi değildir. Kitle iletişiminin propagandaya dönüştüğü bu dönemde, özellikle sinema ve radyo kullanılmıştır. Yapılan afişlerde ise, yokluk zamanında tasarruf, yiyecek saklama gibi temalar ön plana çıkarken; tüketim odaklı afiş üretimine ara verilmiştir (Barnicoat, 1991). Bu dönem afiş tasarımı anlamında bir yenilik taşımasa da; teknik kullanımı açısından gelişmelere sahne olmuştur. WPA ile gelişen litografi ve serigrafi kullanımı Amerikan propagandasında kullanılmıştır.



Resim 29: Joseph Rajer, "Pony Cart", 1930, renkli ağaç baskı, 10 3/4 x 14 5/8 inç, New York Halk Kütüphanesi

<http://www.allinsongallery.com/rajer/index.html>



Resim 30: Riva Helfond, "Midway" (Carnival), renkli kağıt üzerine renkli serigraf, 1945, 17 x 11 inç, 50 adet basılmıştır

http://www.susantellergallery.com/cgi/STG_art.pl?artist=helfond

Mary Francey (2008), FAP'nin, Amerikan halkının baskı adına bildiği pek çok şeyi değiştirdiğine vurgu yapmaktadır. FAP'nin tüm ülkeye yaydığı grafik baskılar, o güne kadar sadece reproduksiyon görmeye alışmış bir halkın sanatsal baskı algısını tamamen değiştirmiştir. Bu dönemde yapılan baskılar, hem kamuoyu yaratmak adına büyük bir iş görmüş; hem de İkinci Dünya Savaşı sonrasında sanatçıların ifade biçimlerini etkilemiştir. Yüksek kalitedeki asit indirmeler, litografiler, ağaç baskılar ve en çok da serigrafılar, çoğunlukla, eğitim, sağlık kurumları, kü-

tüphaneler gibi kamu alanlarının duvarlarında kendilerine daimi bir sergi bulduğundan, ileriki nesillerin tanışıklığı ve sonraki ifadelerde sanatçıların tercihi olması şaşırtıcı değildir. Pop Art ve Saykodelik hareketlerde bu dönemin oluşturduğu alt yapının izlerini görmek mümkündür. Sanatsal serigrafiler, Andy Warhol, Robert Rauschenberg, Frank Stella gibi sanatçıların baskı ile ürettikleri işlerde vücut bulmaktadır. FAP Grafik bölümleri serigrafiye uygulama alanı tanımamış olsaydı; ne geleneksel baskı teknikleri ile aynı statüde kabul edilir, ne de adı geçen sanatçıların kolaylıkla uyguladıkları bir teknik olabilirdi.

2.3 İkinci Dünya Savaşı Sonrası Grafik Baskı: Direniş Aracı Olarak Afiş

İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'ya bakacak olunur ise, bir yandan İsviçre'de Uluslararası Tipografik Stil gelişirken; çokça bilgilendirme amaçlı afişlerin offset baskı ile üretildiğini görmek mümkündür (Meggs, 1998). Bu dönemin en dikkat çekici afiş üretimlerini Polonya'da görmekteyiz. Profesör Jan Pamula (2004), bunun Polonya Afişi'nin, Polonya Secession hareketinin ve sembolik sanat akımı olan Młoda Polska'dan kaynak aldığını aktarmaktadır. Dr. Andrzej Szcerski (2004), erken dönem Polonya Afişi'nin savaş sonrası üretiminin geleneksel alt yapısını ortaya koyduğunu, sanatçıların inandıkları düşünceleri yansıtmak için, tuvalden daha etkili bir yüzey olarak afiş son derece verimli kullandıklarını anlatmaktadır. Polonya Afişinin, her zaman çağının estetik anlayışının, kendi tarzında yansımaları bulduğunu ifade eden Szcerski, litografinin basım tekniği olarak özel yerini vurgulamaktadır (Jan Matejko Academy of Fine Arts, 2004; Boczar, 1984) (Resim 31). Bunun iki nedeni olduğu söylenebilir. Birincisi, litografi, teknik olarak, tüm ton, renk ve doku uygulamalarına açıklığı sebebiyle, yoğun olarak ressam kökenli sanatçıların tercih ettiği bir uygulama olmuştur. İkincisi ise, geleneksel olarak öğrenilen ve uygulanan bir teknik olagelmıştır. Dolayısıyla her dönem üretiminde, Polonya gibi afiş ile yaşayan bir ülkenin yoğun ihtiyacını karşılayabilecek alt yapıya sahip olunması bu tekniği cazip kılmıştır. Günümüzde bile litografi sanatsal üretimin yanı sıra özellikle afiş üretiminde, Polonya'daki grafik eğitiminin ayrılmaz bir parçasıdır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerika Birleşik Devletleri'nde yasal olarak afiş asılacak yerlerin azalması, 50'lerde reklam teknolojisinin gelişmesi ve televizyonun toplumla tanışması, afiş tasarımını etkilemiştir. Ancak 1960'larda Vietnam Savaşı, ırkçı huzursuzluklar, rock müziği tema alan afişler tekrar yeşermeye başlamıştır. Ondokuzuncu yüzyılın son dönemini ve Art Nouveau afişlerini zemin alan bu akım, onları Saykodelik bir anlayışla yorumlamıştır. Parlak renkler, vahşi ve akıcı çizgiler, yazının zar zor okunurluğunu getirmiştir. Geleneksel stillere yeni hayatlar kazandırılmıştır. Avrupa afiş tasarımında Amerika'yı takip etmeye ve tekrardan afiş koleksiyonculuğuna başlamıştır.



Resim 31: Tedeusz Trepkowski, Nie! (Hayır!), 1952, Litografi, 70 x 100 cm

<http://moma.org/visit/calendar/exhibitions/956>

Sanatçılar tekrar bu eski-yeni sanat formunun olanaklarıyla büyülenmiştir. Afiş sanatının hayat bulmasının çoğunlukla 68 Mayıs'ındaki Paris'teki Güzel Sanatlar Okulu öğrencilerine dayandırılır. Buna paralel olarak Amerika'daki öğrenci hareketleri ve Vietnam karşıtları aynı yönde bir hareket sağlamıştır. Bu sayede pek çok kolej, üniversite, sanat eğitimi veren okullar çokluğu harekete geçirmek için afişin önemini kavramıştır (Millie, 1984). Barnicoat (1991), afişin üniversitelerde canlanmasının çok da şaşırtıcı olmadığını ortaya koymaktadır. 1965 yılında Kaliforniya Üniversitesi Berkeley Kampüsü'ndeki Üniversite Sanat Galerisi'nde açılan, " Alman Afişlerinde Jugendstil ve Ekspresyonizm" sergisinin, Hippi Afişi stilini etkilemiştir. Saykodelik afişlerin serigrafî ile üretiliyor olması ayrı bir önem taşımaktadır. Çünkü günümüz afiş üretiminde de sıklıkla kullanılan serigrafî, geleneğini bu dönemde yerleştirmiştir.

2.3.1 Hippi Anlatımı: Saykodelik Afişler

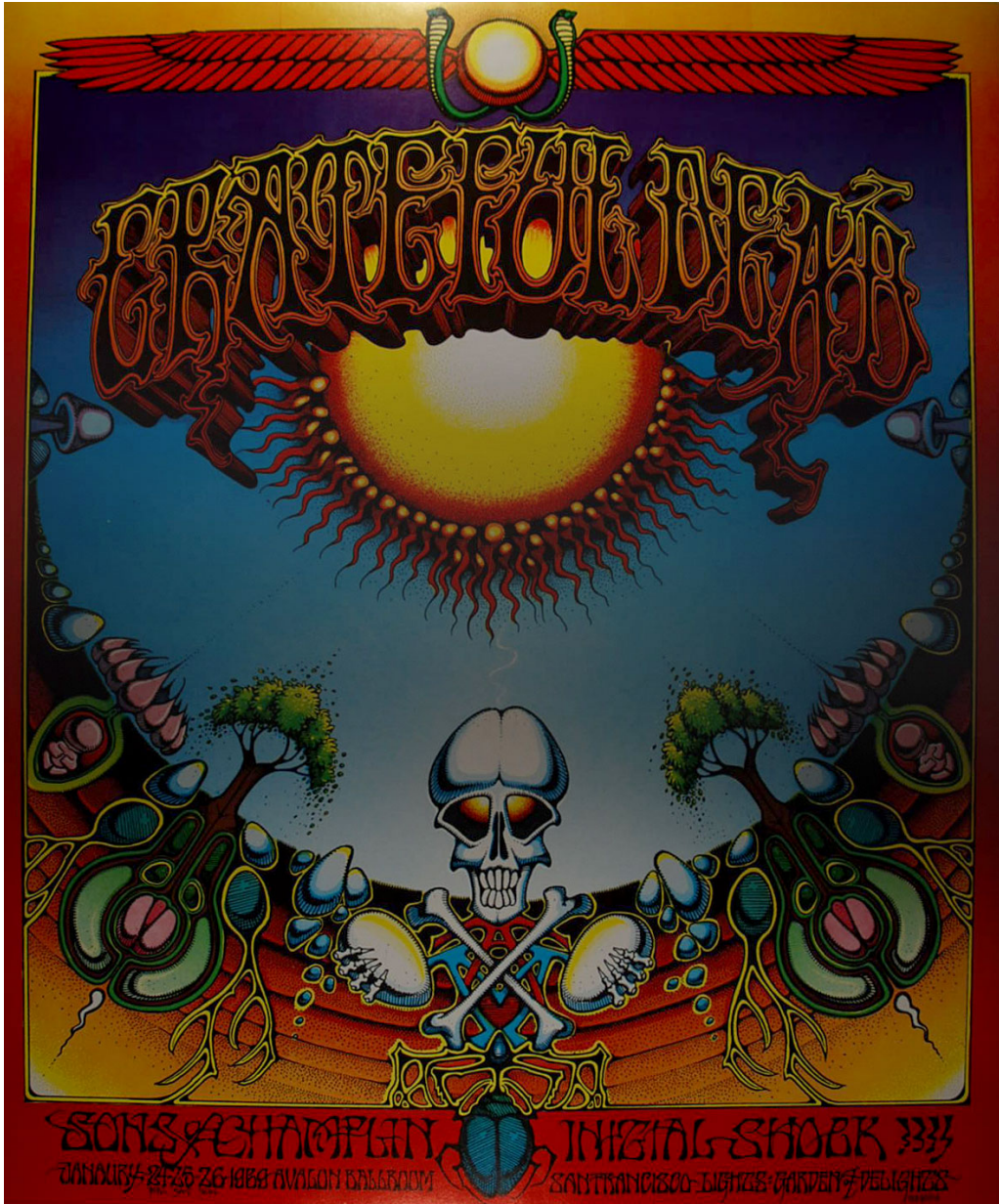
Rock müziğin en belirgin ve sürekli görsel anlatımı, karşı kültürün yeşerdiği San Francisco Körfez Bölgesinde oturan genç grafik tasarımcılar tarafından oluşturulmuştur. San Francisco'daki iki konser salonu, Fillmore Auditorium ve Avalon Ballroom, müzik hareketlerinin taşıyıcısı olmuştur (Southern Alleghenies Museum of Art, 2003; Denver Art Museum, 2009). 1965'ten itibaren eleştirel bir genç kitle San Francisco'nun Haight-Ashbury mahallesinde toplanmaya başlamıştır. Yeni filizlenen bir müzik, uyuşturucu, benzer düşüncedeki idealistlerle buluşma tutkusu ile cezbedilen kişilerin oluşturduğu alt kültür grubu hippilerin ruhani ve dinamik görsel dili, pek çoğu resmi bir eğitim almamış bir grup afiş tasarımcısı tarafından oluşturulmuştur (Denver Art Museum, 2009).

Tasarımcıya özgü düzenlemeleri, çoğunlukla duyarlı renkleri, yoğun görselleri, zor okunan, harflerin dizilerek değil elle biçimlendirildiği ve halüsinatik ilaçların etkisini yansıtan bu afişler, ilk bakışta mesajını iletmekten çok, algılanması için belli bir çaba ve zamanı gerektiren işlerdir. Bu dönemin Büyük Beşlisi diyebileceğimiz, Rick Griffin (Resim 32), Alton Kelley (Resim 33), Victor Moscoso (Resim 34),

Stanley Mouse (Resim 35) ve Wes Wilson'dur (Resim 36) (Minneapolis Institute of Arts, 2007). Bu sanatçıların afişleri geniş bir yelpazede sanat akımlarında etkilenmiştir. Art Nouveau, Jugendstil, Viyana Secession'u, Sürrealizm, Viktorya Dönemi reklam motifleri ve pek çok sanat akımı bu döneme etki etmiştir. Bunlardan daha önemlisi, körfez bölgesinin karşıt kültür ruhunu, LSD gezilerinin, uzun saçların, canlı ve renkli giysilerin, ışık gösterilerinin oluşturduğu motif ve renkleri taşımasıdır. Sanatçılar asit partilerinin ve konserlerin ortamını afişlere taşıma çabasına girmişlerdir (Southern Alleghenies Museum of Art, 2003). Saykodelik afişlerin tipografik açıdan okunaksız oluşu her ne kadar grafik tasarımın modernist çizgilerinin dışında gibi görünse de; hedef kitlesi ile iyi bir iletişim kurduğu dolup taşan konser salonlarında gözlemlenebilmekteydi.

Rossmann (2007), bu yerel afiş rönesansının kökenlerini, karşıt kültürü filizlendiren yeni sola dayandırmaktadır. Afiş gelişen ortamın mayası ile, dünya çapında ilerici ve karşıtların göze çarpan bir etkinliği olmuştur. Kendisi de bir azınlık hareketi olan afiş, sosyal bir sanata, sosyal ve politik adalet yanlısı bir sözcüye dönüşmüştür. 1986 yılı itibari ile sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde Saykodelik stilde yüzbinin üzerinde afiş üretildiği bilinmektedir. Farklılıkların kaynağından ve etkilerinden uzaklaştırıldığı ve merkezden uzaklaştırıldığı bir dönemde, devlet desteği olmadan popülerleşmesi anlamında, bu bütünleşik oluşum çok özeldir.

Serigrafik tekniğinin saykodelik afişe karakterini kazandırdığını söylemek yanlış olmaz. Rossmann (2007), serigrafik tekniğinin isteyen herkese canlı renklerle, istenilen büyüklükte ve sayıda, her yerde, çabucak ve görece ucuz, az bir eğitim ve ekipmanla afiş üretme olanağı sağladığını ve sanat ve zanaatın gelişiminde de önemli bir yeri olduğu görüşündedir. Serigrafinin işte bu özellikleri, düşük gelir grubundan, kitle iletişimine erişim sağlayamayan, çalışan sınıf toplulukların oluşturduğu, sosyal ve sanatsal organizasyonlar için biçilmiş kaftan olarak görülesini ve kısa zamanda başlıca toplumsal ifade aracı haline gelmesini sağlamıştır. Elekbaskı işleri, en geçici, en yerel, ve en acil aktivitelerin altında yatan sosyal hareketin kaydını tutmakta ve etkili grafik ifadelerini taşımaktadır. Bu anlamda serigrafik politik afiş rönesansının tekniğidir.



Resim 32: Rick Griffin, Grateful Dead için Afiş, 1969, serigrafi

<http://www.psychedelica.com/concertposters/concertpostergallery/grateful-dead-sons-of-champlain/>

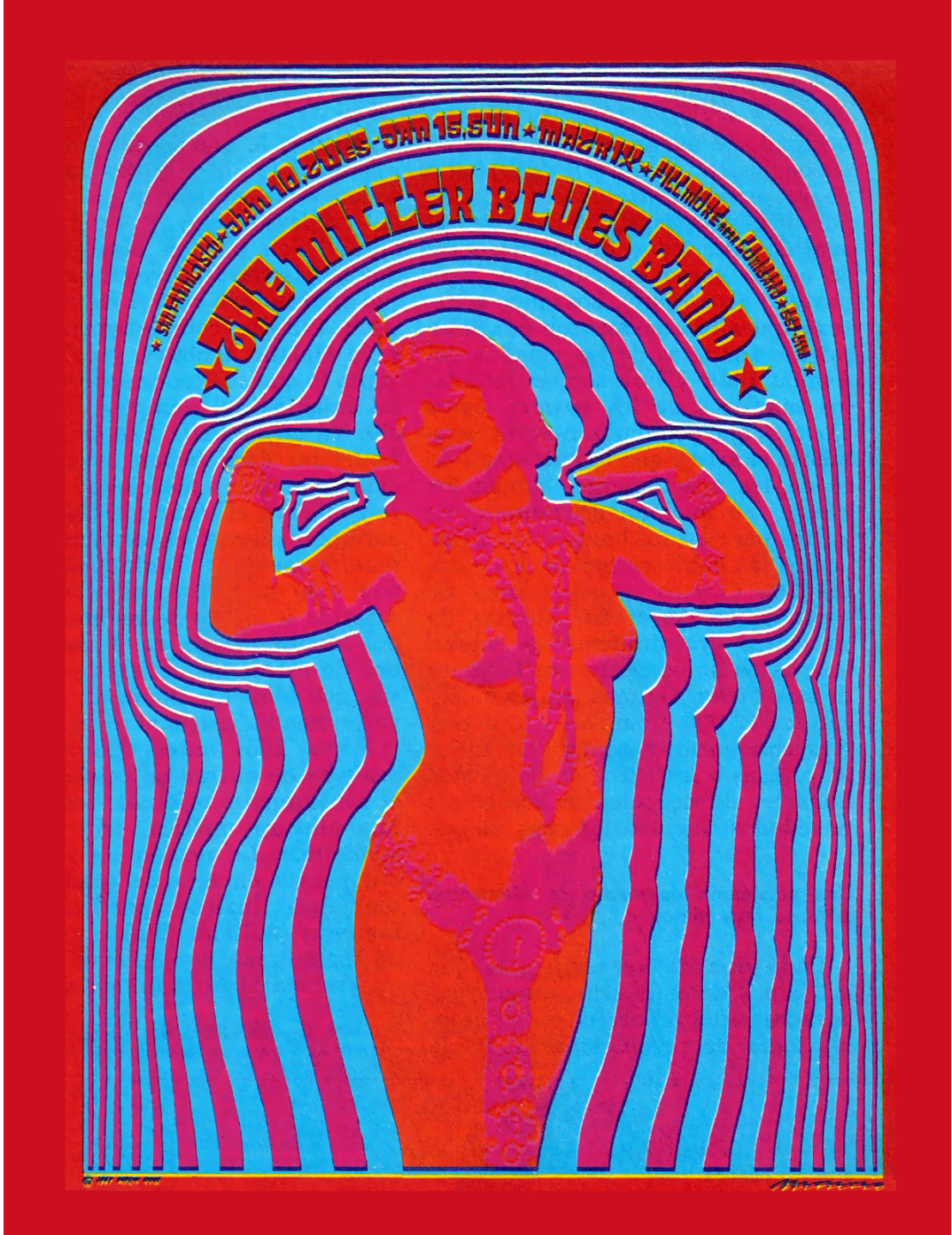


"What you don't know about copying and duplicating won't hurt you."

TICKET OUTLETS: San Francisco - The Psychedelic Shop, City Lights, Deck Store, Billy Shays, Mark 5, 5th & Market, Color Alky Coffee House. Berkeley - Cal Rossini, 2350 Telegraph Road, City, 234 Telegraph

Resim 33: Alton Kelley, Big Brother için afiş, 1967, serigrafi

<http://leohartshorn.blogspot.com/2010/11/stanley-mouse-lowbrow-artist-of-monster.html>



Resim 34: Victor Moscoso, The Miller Blues Band için afiş, 1968, serigrafî

<http://jpfieldjournals.blogspot.com/2010/12/field-journal-9.html>



Resim 35: Stanley Mouse, Grateful Dead için Afiş, 1966,serigrafi

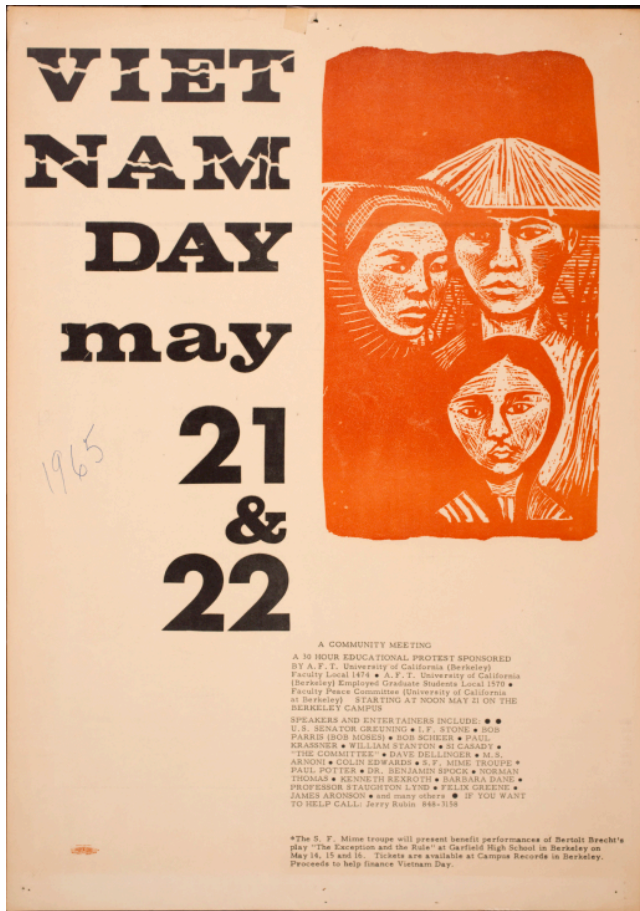
<http://www.freakfilms.com/aa/03americanartifactstanleymouse.jpg>



Resim 36: Wes Wilson, The Sound için Afiş, serigrafisi, 1967

<http://jpfildjournals.blogspot.com/2010/12/field-journal-9.html>

Rossmann (2007), sosyal serigrafî diye tanımladığı bu anlatım biçiminin tercih edilme sebebinin sadece teknik nedenlere bağlı olmadığını, sosyal kökleri ve formları olduğuna dikkati çekmektedir. 1950’li yıllarda, San Francisco’da politik sanatın merkezi “Graphic Arts Workshop” (GAW) olmuştur. Birinci nesil GAW eski solun, işçi sendikaları, barış taraftarları ve sosyal haklar üzerinden kurguladıkları, geleneksel grafik tasarım görselliğine bağlı kalmışlardır. Ancak geleneksel çizginin dışına çıkmamış ve afiş rönesansına katkıda bulunamamıştır. Bu ateşi yakan olaylar çok net bilinmektedir. Berkeley Üniversitesi’ne 1964 yılındaki ifade özgürlüğü gösterileri onbin öğrencinin katılımı ile üç ay boyunca sürmüştür. Ancak tek bir görsel imge üretmemiştir. Ancak 1965 yılında yine Berkeley’deki savaş karşıtı gösteriler için üretilen afiş (Resim 37), afiş rönesansının başlangıcı olmuş ve aynı yaz saykodelik afişler ortaya çıkmıştır. “Vietnam Day” komitesinin bastığı ilk afişler ofset litografî ile üretilmiş olsa da, afiş üretimi yayıldıkça serigrafî afişler de yayılmıştır.



Resim 37: “Vietnam Day” Afişi, Kaliforniya Üniversitesi Berkeley, 1965, sanatçısı bilinmiyor.

<http://www.docspopuli.org/AOUONcat/detail.np/detail-34.html>

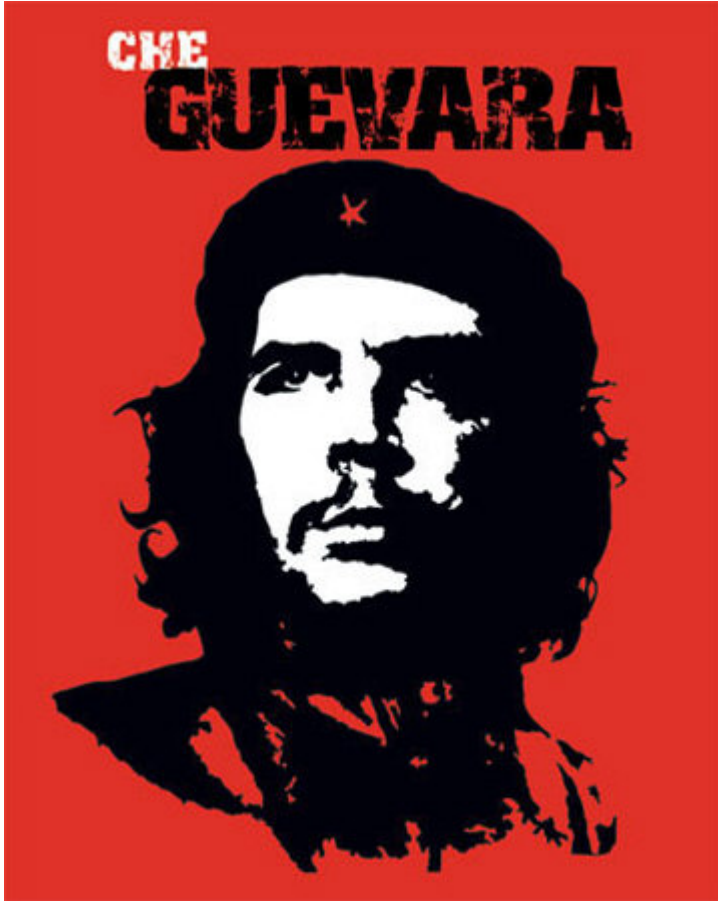
Erken dönemde küçük duyurular üretilmiş ve bunlar basitçe elde kesilmiş kalıplar aracılığı ile kağıda aktarılmıştır. Bu işler genelde sanatsal bir kaygı taşımamakta ve desteklediği aktivitenin gücünü yüceltmektedir. Tüm bir geçmişi kaynak alan yeni nesil entelektüel gençler, yeni partinin serigrafide kullandığı tipografiyi, Art Deco Stili'ni, rock-dance afişlerini, ortaçağ el yazmalarından, Goya'ya kadar pek çok alana göndermeler yapmışlardır (Rossman, 2007). Aynı dönemde tüm dünyada bir başkaldırı rüzgarı hüküm sürmekteydi. Küba, Çin ve Fransa'daki devrim ve başkaldırıları da serigrafi tekniğini görsel üretim biçimi olarak kabul etmiştir. Politik sanatın oldukça eklettik dili, teknik açıdan John Heartfield'ın fotomontaj uygulamalarından da etkilenmiştir. Bunu özellikle fotoserigrafi denemelerinde görmekteyiz.

1968 öğrenci hareketleri ile başlayan süreçte, 1970 yılında Nixon yönetiminin Kamboçya'yı bombalaması ile büyüyen savaşın boyutları, protestoların da şiddetini arttırmıştır. Kampüslerdeki serigrafî atölyelerinden toplumsal merkezlere taşınan teknik, büyük bir kabul görmüş ve toplumsal bir algı yaratmıştır. Günümüzde de politik imgelerin baskı ile birleştirilmesi bu nedenle çok doğaldır.

2.3.2 Latin Amerika'da Grafik Baskı Devrimi

1940'larda Arjantin ve Meksika Sineması yükselişe geçmiştir. Bu dönemde Eladio Rivadulla Martinez, Havana'da serigrafî yöntemini kullanarak film afişleri üretmeye başlamıştır. Bu teknikle üretilen afişler, yaygınlığı ve benimsenmesi açısından günümüzde de kullanılmakta ve ulusal bir gelenek halini almıştır. Tabii ki 1940'lı yıllarda film dağıtıcılarının ihtiyaçlarının çok az sayıda olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Serigrafî, yirminci yüzyılının başından itibaren Küba'da, reklam ve seçim afişlerinin üretimi için kullanılmış ve sağlıklı bir gelişim geçirmiştir. Kompozisyon, duyarlılık ve estetik değer açısından, serigrafî ve Küba afişi arasında önemli bir işbirliği yaşanmıştır. Bu etkileşim, tasarımın diğer alanlarına ve sanatsal baskılara da yansımıştır (Rivadulla & Gibbs, 2000).

Küba film afişleri, sadece film yıldızlarını fiziksel olarak iyi ifade etmesiyle değil, katılımcı mekanizmalar ve görsellerle ilişkilmesi, üretimde kullanılan teknik, malzeme ve amaçlar ile kurduğu ilişki bakımından da son derece başarılıdır. Pop Art'ın etkisinin yanı sıra postmodern etkiler de gözlemlemek mümkündür. Kuzey Amerika, Meksika ve Avrupa filmlerinin afişlerine, anonim sanatçılar, Küba resminin canlı renklerini, çizgi romanın görsel anlatımcılığını, politik afişlerin etkisini ve renk tezatlıklarını, Bauhaus etkisiyle teknoloji ve sanatın entegrasyonunu, Avrupa Sanatı'nın etkilerini ve pek tabii ki reklam ve görsel iletişimin kavramlarını taşımışlardır (Rivadulla & Gibbs, 2000).



Resim 38: Che Guevara, anonim.

<http://www.loadtr.com/448607-CHE1.htm>

Serigrafinin üretimde kullanılması, pek çok seviyede tasarıma katkıda bulunmuştur. Aynı türden bir stil yaratılmasına, benzer kompozisyon formlarının oluş-

masına, hurufatın belli özelliklerinin taşınmasına, başlıklarda filmin içeriğine dair ip uçları taşıyan form ve biçimler yaratılmasına, kendine has bir renk karşıtlığı yaratılmasına zemin hazırlamıştır. Pek çok sanatçı bu görsel dili paylaşmış; sonuç olarak kendi özelliklerini oluşturmuş bir ekol haline gelmiştir (Rivadulla & Gibbs, 2000). Bu dönemde tasarımı yapan ve basan kişi aynı olduğu için üretilen afişleri, sanatsal bir değer olarak ele almak gerekmektedir. Kişisel dışa vurumlar her ne kadar ana amacı destekleyecek şekilde biçim değiştirirse de, bu üretimlerin her aşamasında sanatçının kendi sözünü söylediğini savunabiliriz. Bu durumda Art Nouveau döneminin litografi ile başardığını, Latin Amerika'da Küba örneği üzerinden serigrafi yöntemi ile görmemiz mümkündür.

Atom bombası, dünyaya sadece bir yıkım değil aynı zamanda bir ayırım getirmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dünyanın iki kutuplu durumu, soğuk savaş beraberinde getirmiştir. Bu dönemde hem komünist hem de kapitalist dünyada antipropaganda ve propaganda için yine afişin anlatım özelliklerine başvurulduğu görülmektedir. Latin Amerika'yı kasıp kavuran devrimin simgesi Che Guevara, afişlere taşınan haliyle özellikle ikonlaşmıştır (Kunzle, 1997). (Resim 38) Bu dönem Latin Amerika'da serigrafi devrimi olarak tanımlanabilir. Örneğin Küba'da 1940 sonrası ithal filmlerin afişleri de Polonya'dakine benzer şekilde sansürden kurtulmak üzere tekrar ele alınarak; serigrafi tekniği ile tekrar üretilmekteydi (Rivadulla & Gibbs, 2000). Serigrafi Latin Amerika'da en ucuz kendini ifade biçimi olarak halen sokak sanatçıları tarafından kullanılmaktadır. İki kutuplu dünyada, Kızıl Çin, Sovyet Rusya'sı, Küba gibi ülkeler kendini inşa sürecinde afiş anlatımını ve litografi, serigrafi gibi teknikleri sıklıkla kullanmışlardır. Ülkemizde de altmışsekiz hareketi sürecinde, serigrafi afişlerin basıldığını biliyoruz. Özellikle Orta Doğu Teknik Üniversitesi merkezli öğrenci hareketlerinde serigrafi afişlerin basıldığı bilinmektedir (Aysan, 2008). Belki bu nedendir ki el basımı afiş günümüzde bile politik bir yankı yaratmakta; bir başkaldırı aracı olarak görülmektedir. Seri üretime girmeyen her grafik üretim muhalif olarak algılanmakta veya sanatsal değer yüklenmektedir. Kutuplar 80'lerde kalkmış olsa da halen, muhalifler ve iktidar çatışması sürmekte; bu durumun da sözcüleri kendi ifade biçimlerini yaratmaktadır.

2.4 Enformasyon Devrimi ve Bilgisayar'ın Tasarıma Dahil Olması

Emigre dergisinde, tam da bilgisayarın hayatımıza ve tasarıma nüfuz ettiği yıllarda yayınlanan bir makalede, bu yeni teknolojinin, on beş tasarımcı ile yapılan söyleşiler doğrultusunda ne gibi artıları ve eksileri olduğu tartışılmıştır. Makalede bilgisayar teknolojisinin bütünleşme ve uzmanlaşma açısından olanaklar sunduğu; bunun da tasarımcıya aynı zamanda bir zanaatkar olmak zorunluluğunu ortadan kaldırdığını aktarmaktadır. Ayrıca disiplinler arası etkileşimin kolaylaştığını ve üretim üzerinde tasarımcının tam kontrolünün bilgisayar aracılığı ile sağlandığını; yani dizgici ya da renk ayırmacının aracılığının bittiğini vurgulamaktadır (Licko & Vanderlans, 1989). Bu noktada bilgisayarın teknolojisinin grafik üretim biçimi üzerinde yaptığı etkiyi on sekizinci yüzyılda litografinin etkisine benzetmek mümkündür. Zira her ikisi de tasarım ve uygulama süreci arasındaki ikinci ve üçüncü kişilerin ortadan kalkmasına sebep olmuştur. Ancak gözden kaçırılmamalıdır ki, aynı zamanda başka aracılıklar ortaya çıkmıştır. Makalede sözü edilen bir tipografik uygulama için iyi bir oymacı olmanın gereğinin ortadan kalkması durumu aslında iyi bir bilgisayar uygulamacısı olmak zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. Burada vurgulanmak istenen her ne kadar üretimde harcanan zaman bilgisayar teknolojisi ile kısalsa da; uygulama alanında her zaman ustalıklara ihtiyaç duyulacaktır.

Licko ve Vanderlans (1989), aynı zamanda bilgisayar teknolojisinin grafik tasarımcıyı yine en ilkel fikir ve yöntemlere geri getirdiğini ve bunun da tam doksanlı yıllara girerken yeni bir heyecan yarattığından bahsetmektedir. Böylelikle tasarımcıların tekrar grafiğin en temel kurallarının gelişimini sağlamakla sorumlu kıldığını aktarmaktadır. Bunun yanı sıra bilgisayarın üretim ve iletişim yollarına getirdiği karşılanabilir maliyetleri dile getiren makalede böylelikle büyük bir bilgi deposunu algılanabilir şekillere sokmakta yine grafik anlatımın rolünün önemini vurgulamaktadır. Bilgisayarın uygulama denemelerinin oluşturulmasındaki masrafsız imkanları, tabii ki grafik tasarımcıların üretim süreçlerine yaratıcı açıdan büyük kolaylık sağlamıştır. Ancak yine makalede de değinildiği gibi bu seksenlerin sonunda ve doksanların başında daha çok karşımıza, fazla alternatifli üretimler olarak çıkmaktadır. Yani tasarruf edilen zaman aynı tasarım çözümünün alternatifleri için

harcanmaktaydı. Böylelikle bir tasarruftan söz etmek de güç hale gelmekteydi. Ancak yirmi birinci yüzyıl tasarım çözümleri üretmek ve zamanı kullanmak anlamında çok farklı bir noktaya yine bu deneyimler sayesinde gelebilmiştir.

Bilgisayar teknolojisinin arkaik teknikleri bırakarak bizi tasarımın en temel yapı taşları ile yüz yüze getireceği ve bilgisayarda üretilen bir imgenin başka araçlarla üretilen imgelerden bir farkı olmayacağı (Licko & Vanderlans, 1989) günümüz koşullarında bir yanılsama olarak algılanmalıdır. Ancak tabii ki bilgisayarın tüm ışıltısı ile hayatımıza girdiği yıllarda, geride bırakıldığı düşünülen tüm teknikler arkaik olarak değerlendirilebilir. Ancak dijital görüntünün analog görüntünün sıcaklığından uzak olduğu günümüz dünyasında artık kabul edilen bir unsurdur. Yirmi birinci yüzyıl teknolojisi işte halen bu analog görüntü özelliklerini yakalamak için çabalamaktadır. Bugün Apple Application içerisinde rastladığımız, LetterMPress hurufat baskıyı, Instagram, Hipstamatic gibi uygulamalar ise eski fotoğraf makine filmlerini taklit etmektedir.

Julie Bagnet (2003), 1980’li yıllarda grafik tasarımcıların eğilimlerinden bahsederken; daha çok sanatçı tavrında olduklarını, estetik ve güzellikle ilişkilendiklerini ve reklamlarla grafik tasarım arasındaki mesafeden söz etmektedir. Ancak doksanlı yıllarda tasarımın daha çok reklamlarla ilişkilendiğini aktaran Bagnet (2003) bilgisayarın düşünce şeklimizi değiştirdiğini vurgulamaktadır. Buna göre tasarım fiziksel olarak bir kesip yapıştırma durumundan ve metodolojiden tamamen farklılaşmıştır. Artık önemli olan derin bir düşünce veya anlam olmadan; basmak, tıklamak, göndermenin hızlı bir işleyiştir. Tasarım ve reklamındaki dalgalanmalar, azgın tüketimimizi ve iyi giden ekonomimizi doğrudan ilgilendirmektedir. Her şey aşırı tanıtılmış ve aşırı tasarlanmakta ve bu bizim aşırı tüketimimizi tetiklemektedir.

Enformasyon Teknolojisi Devrimi bilgisayar teknolojisi ile birlikte Endüstri Devrimi’ne rakip olmuştur. Günümüzde insanlar bilgisayar öncesi eğitimin algısıyla yeni dünyada yaşamaya çalışırken epey zorlanmaktadır. Bu durumun insanlar üzerinde yarattığı stres teknolojinin verimli kullanılmasını da engellemektedir. Teknolojik gelişimin eleştirilmemesi gibi bir yanılgı durumu içerisindeyiz. Endüstri Devrimi

ve makine medeniyeti ile çelişenlerin, öngörü yoksunu oldukları yönündeki düşünce, günümüzde kişilerin yeni dalga gelişmelere tepki verememesini getirmektedir. Oysa ki teknolojik gelişimin bu denli hızlı olması, deneme yanılma ile olgunlaşamamayı beraberinde getirmektedir. Bu nedenle günümüzde kaygan zeminlere, kaygan sistemler inşa etmekteyiz. Tek bir bireyin kavrayamayacağı kadar gelişen ve genişleyen teknoloji karşısında sürekli eskiyen donanımla, iletişimle ilgili estetik bir ideoloji veya eğitim geliştirmek de güçleşmektedir (Hara, 2009). Sadece önümüzden geçip gidişine baktığımız ve algı sınırlarımızın dışındaki bir teknoloji, bizi diğer yandan analog ve tanıdık makinelere hasret bırakmaktadır. Çünkü bilemediğimiz beceremediğimiz ve gün geçtikçe değişen bir sistem yerine güvenli bir kıyı olarak kendi enerjimizle yönlendirdiğimiz aletler bizi mutlu etmektedir.

2.4.1 Bir Tasarım Aracı Olarak Bilgisayar: Tasarımı Şekillendiren Teknoloji

90’larda pek çok grafik tasarım öğrencisi bilgisayar ile tanışılırken; “Bilgisayar bir amaç değil araçtır, tıpkı kalemimiz gibi.” cümlesini duymuştur. Çünkü o yıllarda eğitim hayatına yeni giren bu olağanüstü kutuyu bütün sorunların çözümü sanmamız ve kendimizi onun büyüğü arayüzüne bırakmamızdan korkuluyordu. Massachusetts Teknoloji Enstitüsü’nden profesör John Maeda, bilgisayarın bir araç değil materyal olduğu görüşündedir. Bilgisayar programları ile gelen her şeyi yutmak yerine, sayılarla çalışan bu yeni malzeme ile nasıl bir dünya yaratılabileceği üzerine derin ve dikkatli bir şekilde düşünmek gerekmektedir (Hara, 2009). Tasarımcı tasarlayacağı ürünün ne olduğunu bilmiyor ise; sahip olduğu teknoloji ne kadar üstün olursa olsun onun yerine iş göremez. Yeni dünyada bizler teknolojinin bizim için pek çok şeyi yapmasını bekliyoruz. Oysa ki teknoloji bizi gideceğimiz yere kısa yoldan götürmektedir. Bilgisayarı kullanmak da düşünsel bir olgunluk istemektedir. Aksi halde kullanan ve kullanılanın rolü değişebilir.

Howard (1994), bilgisayar teknolojisinin tasarım faaliyetinin doğasını değiştirdiğini; geleneksel yöntemlerle pek çok kişinin içinde bulunduğu üretim aşamasının sadece tasarımcı tarafından kontrol edilebilen bir sürece dönüştürdüğünü vurgula-

maktadır. Ayrıca görseli çoğaltmak, dönüştürmek, katmanlandırmak açısından sınırsız hız ve kolaylığı imkan vermesinden dolayı tasarımcının karmaşık görsel mesajlar yaratmasına da olanak tanımaktadır. Bu durumda dijital teknoloji hem kolaylık hem de kolaycılığı beraberinde taşımaktadır. Üretim sürecinde tasarımcı kendini bilgisayarın olanakları ile sınırlamamalıdır.

Emigre dergisinin otuz üçüncü sayısında Rick Poynor grafik tasarım dergilerinin tavrından söz ederken; çoğunlukla tasarım işinin yapıldığı müşteriyi göz ardı ettiklerini ve kültürel anlamda işler hakkında yazdıklarını vurguluyor. Bu durumun aslında daha da öteye geçerek izleyiciyi hiç hesaba katmadığından bahseden Poynor, sadece bu tür yayınların değil çoğu zaman tasarımı üreten tasarımcının da izleyiciyi unuttuğunun altını çiziyor. Yeni teknolojilerin etkileşimli durumunun izleyiciyi göz önünde bulundurma zorunluluğunu hatırlattığını ve üretim süreçlerini etkileyeceğinden bahsetmektedir (Keedy, 1995). Bilgisayar dışındaki diğer taşınabilir medyalar da yeni birer platformdur. Vinh (2011) günümüzde, üretkenlik odaklı masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar, yazılım ve iş için başlıca platformlar, ve yeniçağda mobil cihazlar ve tablet bilgisayarların biz kullanıcıların yaratmasına değil tüketmesine yardımcı olduğunu söylemektedir. Bunun adına tüketici bilgi işlemi denmektedir.

“Yeni paradigma şimdiden ciddiye alınması gereken bir güç: Sadece Apple tek başına 100 milyondan fazla iPod, iPhone ve iPad sevk etti ve bunlardan her birinde ortalama 37 yazılım yüklü. Google’ın Android’inden ve diğer platformlardan yükselen rekabet ise kategoriye çok daha fazla büyümeyi vaat ediyor.” (Vinh, 2011, s.3)

Bu durum dünyanın büyük markalarının iştahını oldukça kabartmış durumdadır. Ancak kısa bir zaman öncesine kadar sadece internet siteleri üzerinden kitle iletişimine dahil olan firmalar, Twitter ve Facebook gibi sosyal ağlarla kendi içeriklerini yaratmak zorunda kalmışlarsa da; hiç kendilerine ait bir yazılım ortaya koymak durumunda olmamışlardır. Vinh (2011), tablet bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve belki de televizyonlarla birlikte şu an bu tezin yazıldığı dönem bir dönüm noktası oluşturmaktadır. Bu teknoloji devriminin bir üst düzeyidir. Bunun beklenen bir etkisi olarak tasarım da değişecektir. Bu teknolojik değişim artık bizleri internet dünyasında bir şeyleri arayıp bulmaktan öteye geçirmektedir. Artık iletişimi kurmak için size bir in-

ternet penceresinden öte bir yazılım sunulmaya başlanacaktır. Bu durumda internet pencerelerinin tasarımından artık yazılımların tasarımına doğru evrilme gerçekleşmektedir. İnternetin kullanımının yaygınlaşmasından bu yana aynı kağıt yüzeyindeki farklı uygulamaların sınırsızlığı kadar sayısız internet sitesi tasarlanmıştır. Ancak artık işletim sistemleri kendi düzenlerini şirketlere kabul ettirmektedirler. Bir şirket bu yeni medyada görünür olmak istiyor ise; onun sistemine uymakla yükümlüdür. Yeni sistemde artık yazılım kendisi bir ihtiyaç durumu yaratmakta ve internet pencerelerinin kuramadığı bağlılığı inşa edebilmektedir. Bu yeni ekosistemin parolası ise “yerli”; üretilen yazılımların hemen hepsi Apple, Google veya Palm tarafından üretilmiş hissini uyandırmaktadır (Vinh, 2011). Buradaki “yerli” tanımı sistemin bir parçası olmak anlamındadır. Yani kullanılan yazılımlar başka bir sisteme aitmiş gibi görünmemektedir. Bu durum çok açıkça tasarımcının yaratıcılığını, internet sitelerinden çok daha fazla kısıtlamaktadır. Çünkü artık sadece tasarım yapılan şirket değil bir yandan da yazılım, görüneceği platformun görsel kodları devreye girmektedir. Yani kısaca son on beş yıldır sınırları zorlanan ve her türlü tasarımın uygulanabildiği web alanı hızla yazılımlar yönüne kaymakta ve özgürlükler kısıtlanmaktadır. İşte bu durum bir dönem baskı tasarımcılığından web tasarımcılığına geçişte yaşanan kafa karışıklığının başka bir türünün yaşanmak üzere olduğunun habercisidir (Vinh, 2011).

Howard (1994), bilgisayar teknolojisinin bizlere yeni bir estetik anlayışla birlikte pek çok başka olanak da sağladığını vurgulamaktadır. Ancak aynı zamanda teknolojinin kısalttığı üretim sürecinin yazarlık kavramımızı ve emellerimizi engelleyebileceğine dikkat çekmektedir. Bu durumda bilgisayarın teknik yeterliliklerini kendimize kavramsal alanlar yaratmakta ve tasarımın sadece ikna etme çabasında olmadığını gösterecek ortaklıklar kurmakta kullanmamızın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Rudy Vanderlans (1996), yazı karakteri ailesi yapmanın, beş yüz yıllık geleceğinin üzerine Macintosh’un özgürleştirici etkisi ile belki de tarihinin en heyecan verici dönemini yaşamakta olduğunu duyurmaktadır. Daha önce yazı karakterleri, sadece az sayıdaki hurufat firmasının satın aldığı bir tasarımken; artık tasarımcı di-

rekt olarak yazı karakteri kendisine sahip olabilmektedir. Macintosh, sadece tasarım yapan kişilerin işini kolaylaştırmakla kalmamış; bilgisayar kullanan her bir bireyi potansiyel alıcı konumuna getirmiş ve böylelikle yeni bir ekonomik değer yaratmıştır.

Vignelli (1999), yeni teknolojileri muhteşem olarak tanımlıyor. Bilgisayar sayesinde tipografi, tarihinde hiçbir zaman olmadığı kadar kontrol sahibi olduğumuz söyleyen tasarımcı, bilgisayarın araç ve akıl arasında kontrol sağladığını vurgulamaktadır. Ancak yeni araçlarında bir o kadar kirliliğe neden olduğunu ve bu kirliliğin önüne geçecek ve kaliteyi getirecek bir düşünce şekline ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır.

Rudy Vanderlans (1996), deneysel tipografi ve yeni teknoloji üzerine Emigre dergisinin otuzdokuzuncu sayısında, grafik tasarımın geleceği ile ilgili bir yazı yayınlamıştır. Yazıda grafik tasarımın geleceğinin nerede olduğu sorgulanırken yeni teknoloji dijital ekranların bu alandaki etkisi irdelenmiştir. Vanderlans, Stephen Farrel, Steve Tomasula, Lousie Sandhaus gibi pek çok tasarımcının dijital teknolojinin grafiğin yeni patlaması olduğuna inandıkları ve yeni teknolojinin olanaklarının zorlanması gerektiği yönündeki görüşleri karşısında, dijital okunurluğun ve hareketli tipografinin halen yeterince olgunluğa erişmediğini düşünmektedir. Yeni teknolojinin, internet sitelerinin teknik alt yapıları, çözünürlüğü, belirli düzenlemeleri gibi pek çok sorunla grafik tasarımcıları sınırlandırdığını vurgulamaktadır. Tasarımcıların kendilerini ifade etmek için iletişimin biçim değiştirdiği günümüzde, bu teknolojiye kendilerini anlatmak için ihtiyaç duydukları medyayı çoğunlukla eğip büktüklerini ve kağıt üzerindeki işlere benzettiğini söylemektedir. Bu durumda pek de dijital ortama uygun bir tasarım düşüncesinin gelişmediğinden söz edilebilir. Bunun yanında ikibinli yıllarda bu alanın biraz daha geliştiğini ancak sınırların da daraldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Lorraine Wild (1996), 1995 yılında düzenlenen “Bilgisayar Tabanlı Medyada Tasarım Eğitiminin Geleceği” konulu konferanstaki konuşmasında, bilgisayarın tasarım üretimine getirdiği bir farklılığın da modern öncesi üretime benzediğidir. An-

cak bilgisayara kullanımındaki ustalık her ne kadar tasarımcılara daha az maliyetle üretimin her aşaması müdahale etme olanağı tanısa da; bu ustalık üzerine harcanan zamanın üretilen işin varabileceği boyutları gölgelediğini vurgulamaktadır. Dijital öncesi dönemde tasarımcının işin kavramsal içeriğine daha çok önem verdiğini; ancak yeni teknolojinin işin üretimi aşamasındaki ustalığı daha çok övdüğünü öne sürmektedir. Tasarımcıların yeni medyada da dijital öncesindeki kadar özgür olabilmeleri için belki de biraz daha zaman geçmesi gerekmektedir; veya bu yeni teknolojinin olanaklarını, kavramsal altyapılarını uygulamak için yeni yollar geliştirmeleri gerekmektedir.

“Grafik tasarım her zaman yeni şeyleri sevmiştir. Grafik tasarım uluslararası kurum kültürünü sevmiştir ancak kazanan reklam endüstrisi oldu. Grafik tasarım yeni masaüstü yayıncılığı sevdi; ama ucuz projelerimizi elimizden alıp, bizlere baskı öncesi hazırlığın sorumluluğunu verip, teslim sürelerimizi kısalttı. Şimdi grafik tasarım interneti seviyor. Ancak şimdi şu soruyu sormanın zamanı geldi: ‘İnternet grafik tasarımı seviyor mu?’” (Keedy, 1998)

Keedy (1998), grafik tasarımın internetin belki de ihtiyaç duyduğu bir araç olduğunu ancak bunun grafik tasarımcılar için sadece araç çubuğuna eklenmiş araçlar anlamına gelebileceği kaygısını gündeme getiriyor. Grafik tasarımın kapitalizmin tekerlerini yağlayan bir stil ve tat üretici olabileceğini ve yirmibirinci yüzyıla geçişte önemli bir rol üstleniyorlar ise; bunun gerçekten farkına varılıp varılmayacağı soruları üzerinde durmaktadır. Ne de olsa hurufatçıları şimdilerde kimseler hatırlamamaktadır. Bu kaygı grafik tasarımın yeni teknolojilerle olan ilişkisine biraz şüpheci yaklaşımın gerekliliğini akıllara getirmektedir. Aksi takdirde sadece bir uygulayıcı olarak yeteneğimizin kullanılmasını izlemekle yetinmek durumunda kalabiliriz.

Yeni medya, genel tasarım uygulamalarından uzmanlaşan grafik tasarım sürecini tersine döndürmektedir. Bu meslek olarak grafik tasarımı tehdit etmektedir. Günümüz grafik tasarım kimliği, basım ve dizgi teknolojilerinin planlama ve biçim verme aktivitelerini, hem içerik geliştirme hem de baskı işinin kendisinden ayırmasıyla oluşmuştur. Modernist uygulamalar bu endüstriyel ayırmadan evrilmiştir

ve geleneksel tasarım aktivitesinin aşırı kişiselleşmesi bu evrimin sürecin uç noktası olarak görülebilir. Grafik tasarımın kimliği sürekli olarak; kendi eğitim bilimi, uygulamaları, mesleki ödülleri, yayıncılığı ve hatta tarihi, ki bu tarih günümüze kadar basılı işlerdeki görsel sunuma odaklanmıştır, tarafından somutlanmaktadır. Grafik tasarımı yapılandıran problemler ve tasarımlar her ne kadar durağan görünse de, çoklu ortamın getirdiği zorluk ve karmaşıklık açısından yeni boyutlar anlaşıldığı kadarıyla çevresel olarak grafik tasarımla ilişkilenebilir. Birden bire, etkileşim ve arayüz tasarımı, bilgi ve kullanıcı arasındaki bağlantı, insan faktörünün endüstriyel algısından eğlencenin temsili kültürüne kadar değişen bir yelpazede düşünce ihtiyacıdır. Görsel hassasiyet sahip olunabilecek değerli bir şeydir; ancak sadece bir hassasiyettir. İyi bir zamanlama ve ses hakimiyeti de artık aynı derecede önemlidir (Wild, 2002).

Wild (2002), neler yapılabilecek sorusunun en önemli soru olduğunu vurgulamaktadır. Çünkü bir iki proje ile teknolojinin içine dalan herkes çoklu ortam geliştiricisi olabilmektedir. Tasarımcılar bu noktayı, vasıfları ve yeterliliklerini düşünürken atlamaktadırlar. Çoğu tasarımcı da bu yazılım diline hakim olmadığı için yapılan işlerin de kalitesi değişmektedir. Ancak yeni medyada tasarımcı genellikle öngörü sahibidir ve mutlaka görsel olması gerekmemektedir. Çünkü çoklu ortam üretimi çoğunlukla düşünsel olarak yaratıcı süreçlerdir ve birincil olarak görsel değildir. Bu alanda grafik tasarımcıların rolü halen keşfedilmek üzere beklemektedir. Bu durumda çoklu ortamda grafik tasarımcılar çoğunlukla bir takım üyesi olmak durumdadırlar. Günümüzde geliştirilen programlar sayesinde herkes çoklu ortama kolayca dahil olabilmektedir. Bu durumda grafik tasarımcıların asıl derdi çoklu ortamı kullanma becerileri olmamalıdır. Daha çok yaratıcı yönlerini yeni deneyimler için kullanmaları gerekmektedir.

Günümüzde büyük bir hızla ilerleyen teknolojik gelişmelerin grafik tasarıma etkisine baktığımızda biraz korkutucu gelebilir. Ancak Wild'ın (2002) da dediği gibi bu grafik tasarımın değişimi için bir fırsat olarak görülebilir. Teknoloji grafik tasarım içerisinde olsa da olmasa da yoluna devam edecektir. Bu durumda teknolojiye ayak uydurmak bildiğimiz anlamda grafik tasarımın sonu olabilir. İçinde yer almamak ise

grafik tasarımın düşen profilini kamunun gözünün önüne sermek anlamına gelebilir. Bu durumda teknolojinin isteklerini anlamak ve eğitimi şekillendirirken göz önünde bulundurmamız gerekmektedir.

Bilgisayar güdümlü yeni ortam hiç kuşkusuz grafik tasarımcılar üzerinde önemli bir etki yaratmıştır. Masaüstü yayıncılık devriminin etkileri halen hissedilmektedir. Ancak bu uzay, aracı değiştirmekte öyle kolaylıklar sağlamaktadır ki; kullanıcı dostu “yazar”ın otoritesinin önüne geçtiğini ve okuyucuya atlamak, es geçmek gibi özgürlükler vermektedir. Oysa dijital devrimden önce özel fotografik ekipmana ve eğitime ihtiyaç duyulmakta idi. Günümüz teknolojik ekipmanları foto manipülasyonu kitlelere açık hale getirmiş; fotoğraf işleme sürecini genişletmiş; hatta fotoğrafın kamera filmi ile ilişkisi kalmamış ve her süreç “photoshopta” kaydet işlemi ile bitmektedir (Staples, 2002). Bu durumda grafiğin görüntü üretim sürecindeki aşamalar, bir zamanlar hayal edilemeyecek kadar hızlanmıştır. Ancak yine de programların bize izin verdiği kadar ileri gidebildiğimizi de unutmamak gerekmektedir.

Seksenli yıllarda MTV'nin efekt bazlı video fotoğrafisi, bir devre damgasını vurmuştur. Televizyon ekranı basılı ürünlere de yansımış ve tüm bu görsel iletişim bilgisayar üzerinden işler hale gelmiştir. Orijinal ve kopya arasındaki ve bunların medyadaki görünümü arasındaki ilişki bulanıklaştıkça; tasarım alanındaki uzmanlıklar da bulanıklaşmaya başlamıştır. Dijital teknoloji tasarımı erişilebilir ama ulaşılamaz kılmıştır. Teknik imkanlar el verdikçe tasarım alanına daha çok insan dahil olacaktır. Ancak halen eski teknikleri ve estetiği uygulayan ve günümüzde pek hoş görülmeyen tasarımcılar olacaktır. Ancak “Geri Al” seçeneği hayamıza girdikten ve teknoloji tempomuzu hızlandırdıktan sonra; tepkilerimiz yavaşlamıştır (Staples, 2002). Teknoloji günümüz algılarını ve üretim biçimlerini tamamen değiştirmiştir. Ancak aynı zamanda eskileri korumak için bize olanaklar sunmaktadır. Önemli nokta üretim sürecinde teknolojinin insan düşüncesini yönlendirmemesine ve sınırlamamasına dikkat etmektir. Teknolojinin düşünceleri kendi ile sınırlamamasına izin verilmemelidir.

2.4.2 Grafik Anlatımda Dijital Estetik ve Dijital Baskı

Melissa Harshmann, IMPACT Uluslararası Çok Disiplinli Grafik Baskı Konferansı'nın "Dijital Teknolojinin Grafik Baskı Üzerine Etkisi" başlıklı panel oturumunda, Margo Lovejoy'un "Postmodern Akımlar, Elektronik Medya Çağında Sanat ve Sanatçı" başlıklı kitabından şu sözleri alıntılıyor: "Bilgi ve fikir dünyasına baskı presinin kazandırdığını; başka olasılıklara atlamayı; fotoğraf güzel sanatlar alanına kazandırmıştır. Harshmann, dijital medyayı, sanatçının baskı yapma biçimini değiştirebilecek heyecan verici bir gelişme olarak karşılamaktadır. Tarayıcılar, dijital kameralar, çizim tabletleri, kopyalama makineleri, sanatçının fikirlerini genişletmesi ve daha önce imkan olmayan görsel bir dil yaratması için güncel araçlardır. Geleneksel araçlarla mümkün olmayan bir hızla üretimi olanaklı kılmaktadır. Sanatçılar artık, kitle iletişiminin potansiyelini kullanabilmek için kitle iletişiminin araçlarını işlerine dahil etmektedirler. Böylelikle bize popüler kültürün mitlerinin gücünü ve tehlikesini hatırlatmaktadırlar. Walter Benjamin'e gönderme yaparak Harshmann, teknik çoğaltmanın, kopyayı orijinal işin kendisine ulaşılamayacak duruma getirdiğini vurgulamaktadır (Parraman A., 1999).

1960'larla birlikte uygulama alanı genişleyen grafik, gazete gibi geleneksel uygulama biçimlerinden televizyonunun hareketli ortamına genişlemiştir. Yetmişli yıllarla birlikte artık ekonominin görünür parçası olan grafik, logolar ve sembollerle insan hayatını düzenleyen bir sisteme geçiş yapmıştır. Uluslararası stillerin olduğu bu yıllar aynı zamanda muhaliflerini oluşturmuştur. Bir zamanların sanata karşı olan hareketi Dada, tasarıma karşı görsel bir dil oluşturan Punk fanzinlerinde yeniden hayat bulmuştur (Hollis, 2002). Kendin Yap Kültürünün ateşlediği kitleler tasarlanan dünyaya bir başkaldırı oluşturmaktadır.

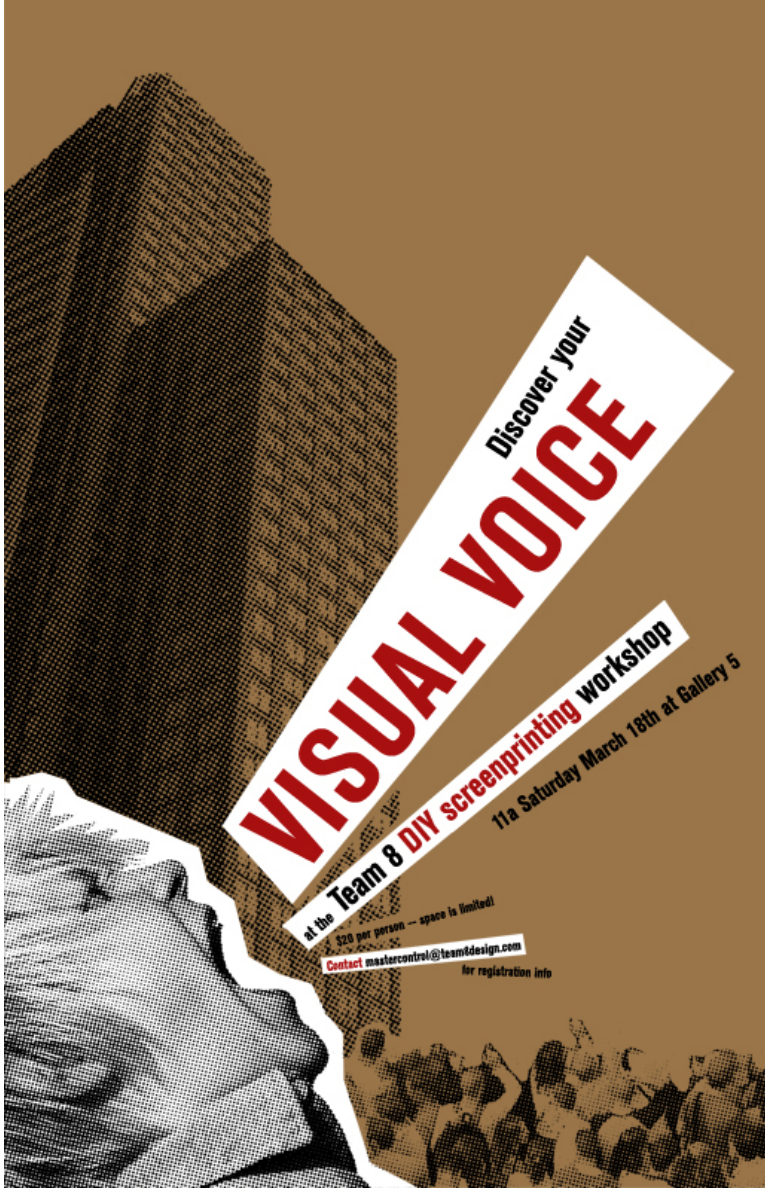
Amerika Birleşik Devletleri, daha önceki başlıklarda da bahsedildiği gibi, teknolojik gelişmelerin beşiği olarak, yeni fotografik anlatımın ve dijital teknolojinin estiğine ilk kapılan ülke olmuştur. "New Wave" (Yeni Dalga), yeni teknolojinin olanaklarını kullanarak; eski formları esnetmiş ve hatta küstahça ham doğaçlamalar ortaya koymuştur. Değişim, elektronik anlamda bir "Art Nouveau" yaşanmasına neden

olmuştur. Dijital teknoloji katmanlı çalışmalar üretmeyi olanaklı kılmış; yazı ve görsel ızgaraların dışında yüzeyler bulmuştur (Hollis, 2002). Ancak bu durum daha çok hazır öğelerin eklektik düzenlemelerine dönüşmüş ve tasarımcılar bu yeni uygulamaların büyümesine o denli kapılmıştır ki; çoğu zaman anlam açısından yararsız işler üretmişlerdir. Estetik açıdan, üst üste gelen tipografik ve fotografik düzenlemeler, aslında iletişim problemini çözmekten uzak kalmıştır. Modernizm kendisinin, yeniden dönüştürülmeye başlamasına yol açan bu teknolojik devrim, reklam odaklı bir üretime yol açmıştır. Bu dönemde geleneksel baskı tekniklerinin sadece güzel sanatlar alanında uygulandığını ve grafiğin pratik uygulamalarından dışlandığı görülmektedir.



Resim 39: Shepard Fairey, Afternoons grubu için Afiş, serigrafî, 2008

<http://www.theworldsbestever.com/category/shepard-fairey/page/9/>



Resim 40: Team 8 DIY Serigrafı Çalıştayı için Afiş, serigrafı

<http://www.team8design.com/team8Blog.html>

Bu dönem postmodern bir tavırla ‘Az’ın dışlandığı bir dönemdir. Modernizmin sadeliğinin yerini yeni deneylerle oluşturulan bir karmaşa almıştır. Yeni Tipografi’nin, bozduğu ızgara yapısı, daha sonra evrilerek formun tamamen bozulmasına yani yapı bozuculuğa ermiştir (Cramsie, 2010). Katherine McCoy önderliğinde Cranbrook Sanat Akademisinde temelleri atılan yapı bozumculuk, dijital estetiğin ulaştığı son nokta olarak değerlendirilebilir. Dijital üretimin kolaylaştırdığı ve güçlendirdiği önceki dönemlerin görsel anlayışları, değişik biçimlerde grafik anlatımlarda yer bulmuştur. “Retro”, “Vintage” gibi eskiye özenen grafik anlatımların yanı sıra,

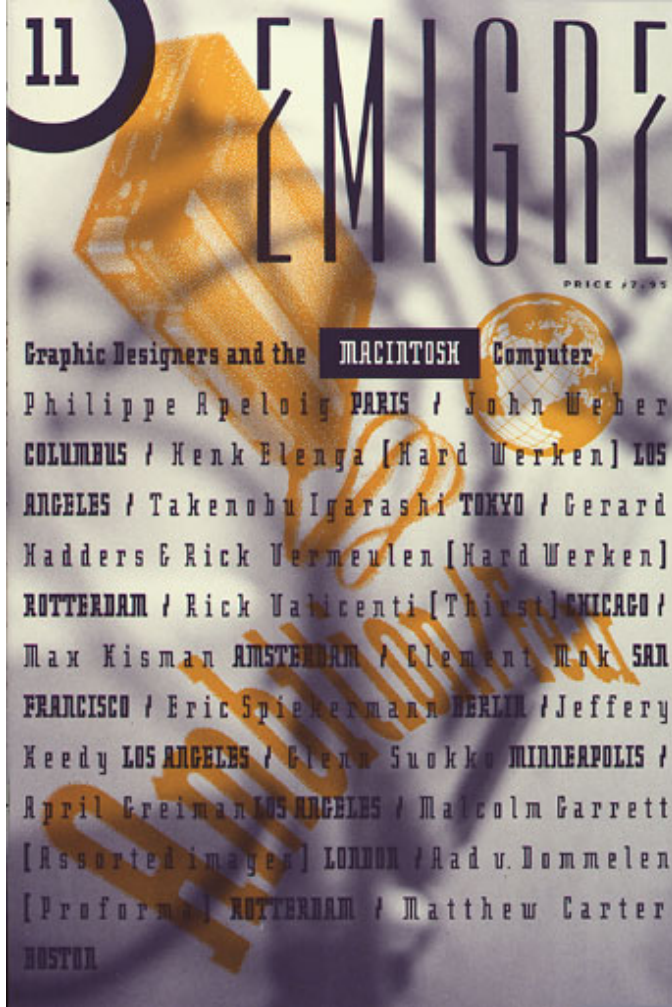
yeniden keşfedilen ve hatta efsaneleşen görseller, tekrar tekrar anlamlandırılmıştır. (Resim 39,40)

IMPACT Uluslararası Çok Disiplinli Grafik Baskı Konferansı'nın "Dijital Teknolojinin Grafik Baskı Üzerine Etkisi" başlıklı panel oturumunda konuşmacı olan Camberwell Sanat Koleji'nden Barbara Rauch, dijital yaratıcılık deyiminin 1990'lardan bu yana kullanıldığını, ancak kopya sanatın, dijital estetiğe öncü olduğuna vurgu yapmaktadır. Rauch, 1940'larda kazara keşfedilen bir ortam olarak fotokopi makinelerinin, özellikle seksenlerde Postmodernizmin bir üretim biçimine dönüştüğünü; sanatçıların teknolojik gelişmelerden her zaman etkilendiğini ve renkli uygulamaların yaygınlaşması ile bu kopya sanat uygulamalarının farklı boyutlara taşındığının üzerinde durmaktadır. Özellikle beden ve uzuvların fotokopisinin çekilmesi ile oluşturulan işlerin, Photoshop'un öncülü olarak; dijital görsel üretiminin ilk örneklerini oluşturduğunu belirten Rauch, analogdan dijitale geçişte şüphesiz en önemli aracın bilgisayar olduğunu vurgulamaktadır. Bilgisayarlar da diğer tüm makineler gibi, kendi mekanikleri ile sınırlı olmalarına karşın; farkı yaratan sanatçının hayal gücü ile sınırsız olduğu görüşündedir (Parraman A., 1999) (Resim 41).

Dijital Estetiğin geniş uygulaması pek tabii ki Apple bilgisayarlarının tasarıma dahil olma süreciyle kendini göstermiştir. Tasarımın bilgisayar ortamına geçmesi ile birlikte, dijital harf karakterleri de üretilmeye başlanmıştır. Ekran tabanlı tasarımda, Apple ile birlikte gördüğün görüntünün benzerini basmak mümkün kılınmıştır. Böylece o güne kadar üretilmiş formların dışına çıkan tasarımcılar, dijital baskının ilk örneklerini üretmişlerdir (Cramsie, 2010). Burada dijital baskıyı iki alanda ele almak gerekir. Birincisi, dijital ortamda üretilmiş görsel düzenlemelerin, ofset tekniği ile basılması, diğeri ise masaüstü yazıcı (printer) olarak adlandırılan baskı makineleri tarafından basılanlardır.

Bilgisayar teknolojisi en çok yazı tasarımı alanında kendini göstermiş olsa da, pixel denilen birimlerin oluşturduğu düşük çözünürlük hissi ile yaratılmış ve dijitalliğin sembolü haline gelen kimi çalışmalar, bir dönemin estetiğini domine etmiştir. April Greiman gibi dönemin tasarımcıları bu anlatım tarzını etkili şekilde kul-

lanmışlardır. Aynı zamanda bu pixelli görüntüyü dönemin tasarım dergilerinde de görmek mümkündür (Cramsie, 2010).



Resim 41:Emigre Dergisi Kapağı, 1988

<http://caesarandlouie.wordpress.com/2007/09/29/ebay-auction-emigre-magazines/>

Rudy Vanderlans ve Zuzana Licko önderliğinde, dijital yazı tasarımı farklı bir boyuta taşınmıştır. Yine dijital teknolojiyi görsel üretimi açısından etkili kullanan isimlerden biri de Neville Brody olmuştur. Bilgisayarın olanaklı kıldığı manipülasyon olanaklarının sınırlarını zorlayan Brody, teknolojinin kendisini yönlendirmesine izin vermiştir. Dönemin pek çok tasarımcısı da bu yeni aracın kullanımını konusunda oldukça hevesli davranmışlardır. Programların kendilerine tanıdığı tüm olanakları denemişlerdir (Eskilson, 2007). Belki bu nedenledir ki; dönemin üretimlerinin bir

kısımında çok fazla katman, az okunurluk göze çarpmaktadır. Bir nevi Dada ya da Punk'ın çirkin estetiği bu döneme de yansımıştır. Dijital görüntü özellikle 90'larda kurumlar için de önemli hale gelmiştir. Hızla yayılan bu tavır, reklam sektörünü de egemenliği altına almıştır. Aynı zamanda 1920'lerdeki makina estetiği yani bir anlamda Fütürist etkileri de görmek mümkündür.

Dijital baskıyı bir baskı sanatı alanı olarak doksanlarda kabullenmiş bulunmaktayız. Ancak seksenli yıllarda dijital teknolojinin baskı sanatları ile olan birlikteliği oluşmuştur. Jon Cone, New York'taki atölyesinde serigrafî, çukur ve yüksek baskı, monoprint ve fotogravür uygulamalarında deneysel olarak bilgisayarı kullanmıştır. Ancak tamamen dijital ortamda orijinali veya kalıbı hazırlama sürecini Graham Nash ile birlikte görmekteyiz. Ayrıca Nash, mürekkep püskürtme yöntemi ile sanatsal üretimlerini kağıda aktaran bir öncü olmuştur (Johhnson, 2006).

Stüdyo sanatı geleneksel yöntemlerle öğretilmekte; tarihsel köklere dayanmakta ve doğal olarak yeni teknolojilere karşı direniş göstermektedir. Ancak yeni kuşaklar, teknolojiyi hayatın bir parçası olarak görmektedir. Fotoğraf ele alınır ise, geleneksel yöntem ile karanlık odada bir dizi ıslak kimyasalla olan ilişki sonucunda elde edilen görüntü ile, dijital olarak elde edilen baskı aynı olabilir mi? Biri fotoğraf ise diğeri acaba dijital sanat mıdır? Walter Benjamin (1935), mekanik yeniden üretimin sanatın özerkliğini sonsuza kadar yok ettiği görüşündedir.

Dijital baskı teknikleri ise bu üretimin küçük çapta basılmasına olanak sağlamaktaydı. Büyük üretimler için günümüzde de halen ofset baskı tercih edilirken; boya püskürtmeli ve lazer tabanlı baskı makineleri, hazırlanan görüntüyü dakikalar içerisinde kullanılabilir kılmıştır. Özellikle masaüstü yayıncılık ile hayatımıza giren yazıcılar, ekrandaki üretimin fiziksel biçim bulması için sadece bir komuta ihtiyacı duymaktadır. Fotokopi tekniklerinin gelişmesiyle birlikte dijital görüntü işleme teknolojileri bilgisayardaki rakamları harflere ve görüntülere dönüştürmüştür. Günümüzde artık her yazıcı sahibi kişi, bir baskıcı olmuştur. Gutenberg'in, bilgiyi toplumsal kullanıma açtığını düşünürken; bilgisayar teknolojisi herkesi bir Gutenberg yapmıştır. Dahası bu o denli ucuz bir üretim biçimidir ki; her köşebaşında evimizde

basamadıklarımızı gerçekleştirme olanağımız bulunmaktadır. Tüm bunların da ötesine, dijital kitaplar, gazeteler, iPod, iPhone ve iPad'ler ile geçilmiştir. Apple yine bir öncülük yaparak dijital estetiği avucumuza almamıza yardımcı olmuştur. Artık kağıt ortadan kalktı derken; geleneksel tekniklerin tekrar keşfedilmesi, teknolojiye karşı bir duruşu simgeliyor olabilir.

3.BÖLÜM

GRAFİK BASKININ YENİ YÜZYILI

Dünya Savaşları, Soğuk Savaş sonrasında yıkılan duvarlar, küresel ekonomi, küresel siyaset, küresel teknoloji, internet derken bir yüzyılın içerisine insanoğlu pek çok değişimi sığdırmıştır. Yirmibirinci yüzyıl, yeni bin yıl beklentisi ile hayatımıza girdiğinde pek çoğumuz artık uçan arabalarla uzay çağına geçeceğimizi; uygarlığımızın birden sıçrama yapacağını beklemekteydi. Kimileri de bu tarihle birlikte her şeyin birden sona ereceğine ve kıyametin geldiğine kehanet getirmişti. Ancak beklenenler pek de sonuç vermemiştir. Yeni senaryo Dünya'nın çevresel bir felakete doğru gittiğini göstermektedir. Bilimcilere göre bu durum dünyanın döngüsünün doğal bir evresidir. Her felaket senaryosunda olduğu gibi sonumuzu yavaşlatacak bir çare bulmaya çalışmaktayız.

Çevresel kıyametin yanı sıra ekonomik ve siyasi otorite boşluğu insanoğlunu yönetsel olarak da endişeye sürüklemektedir. Avrupa'nın ve Amerika'nın Dünya liderliği artık ekonomileri ile birlikte sallantıdadır. Bu durumda aynen dünyanın yer değiştiren manyetik alanı gibi ekonomik ve siyasi dengeler de başka coğrafyalara kaymaktadır. Bu durumda yeni bir dünya düzenine doğru gittiğimiz söylenebilir.

Kültürle birlikte, sanat ve tasarım değişen dünyaya içkin pozisyonlar alma ihtiyacındadır. Bu bölümde önceki bölümlerde açıklık getirilmeye çalışılan küresel durum karşısında özel olarak grafik baskının bir analizi yapılmaya çalışılacaktır. Bunun için tasarımın küresel durumdan ne şekilde etkilendiği, sanatın ve tasarımın üzerine bu durumun etkileri araştırılmaya çalışılmıştır. Genel olarak grafik baskının bir üretim biçimi olarak ne şekilde var olmaya çalıştığı araştırılacaktır. Sanat ve tasarım çatışmasında günümüz dünyasındaki ayrım ve çelişkiler ortaya konulmaya ve bunun ışığında grafik sanatının geldiği nokta, grafik tasarımda geleneksel baskının kullanılışı ve nedenleri irdelenmeye çalışılacaktır.

3.1 Grafik Sanatının Özgürleşmesi ve Bireysel Anlatımlar

Grafik sanatının özgürleşmesini bir önceki bölümde ele aldığımız Endüstri Devrimi sonrası döneme tarihlemek mümkündür. “Grafik sanatı nereden özgürleşmiştir?” sorusuna ise bu başlık altında yanıt aranmaya çalışılmıştır. Grafik anlatım, bir bütün olarak ele alındığında, içerisinde hem tasarım hem de sanatı barındırdığı görülmektedir. Bu durum Endüstri Devrimi ile birlikte açıkça zıt kutuplara yönelmiş iki alanın grafiğin içerisinde var olduğunu göstermektedir. Çoğunlukla bu durum, grafik anlatımın bütünlüğüne tehdit oluşturmaktadır. Ancak günümüzde sanat ve tasarımın bir zamanlar olduğu kadar ayrı durmadığı görülmektedir.

Bireysel bir anlatım aracı olması açısından grafik, zaten güzel sanatlar katında kabul görmüştür. Ancak günümüzde gözlemlediğimiz durum, geleneksel grafik baskı yöntemlerinin sadece güzel sanatlar alanında değil, tasarım alanında da sıklıkla kullanılması durumudur. Bu araştırmanın da konu edildiği bu durumu anlamlandırabilmek adına sanat ve tasarım ayrımını grafik anlatımdaki yansımalarını ele almak gerekliliği duyulmuştur. Bu açıdan “Sanatın İcadı” başlıklı kitabında Shiner (2010) sanat ve tasarım ayrımına şu şekilde yaklaşmaktadır:

“İngilizcedeki “art sözcüğü, at terbiyeciliği, şiir yazma, ayakkabıcılık, vazo ressamlığı ya da yöneticilik gibi her türlü insani beceriyi ifade etmek için kullanılan Latince ars ve Yunanca techne sözcüklerinden türetilmiştir. Bu eski düşünüş tarzında insanların sanat faaliyetlerinin karşısı zanaat değil doğaydı. ... Ancak XVIII. Yüzyılda bu geleneksel sanat kavramının yazgısını tayin edecek bir bölünme gerçekleşti. Beceri ve zarafetle icra edilen her türlü insan etkinliğini iki bin yılı aşkın bir süredir ifade etmesinin ardından sanat kavramı ikiye ayrıldı: Bir tarafta yeni güzel sanatlar kategorisi (şiir, resim, heykeltçilik, mimarlık, müzik), bunun karşısında ise zanaatlar ve popüler sanatlar (ayakkabıcılık, nakışçılık, hikaye anlatıcılığı, popüler sanatların icrası için becerinin ve kuralların varlığı yeterliydi; bunların hedefi sırf kullanım değeri sunma ya da eğlendirmekten ibaretti.” (Shiner, 2010, s.22)

Sanat ve tasarım arasındaki bu gerginlik grafiğin içerisinde de bulunmaktadır. Çünkü grafik çoğu zaman kendi içerisinde grafik tasarım ve grafik sanatlar olarak ayrılmaktadır. Seri üretim baskı tekniklerine geçiş ile birlikte geleneksel baskı yöntemleri grafiğin güzel sanatlar alanı olarak kabul edilmiş; yani bireysel ve sanatsal dışı vurumlar olarak nitelendirilmiştir. Seri üretim olarak çoğaltılan üretimler ise

grafik tasarım olarak adlandırılmaktadır. Oysa ki her iki yöntemle de üretilen iş grafik bir anlatımdır. Ayrıca geleneksel grafik baskı yöntemlerinin bir dönem, şu an seri üretim ile üretilen ve tasarım olarak adlandırılan grafik öğelerin görevini üstlendiğini unutmamak gerekir. Castleman (1988), yirminci yüzyıl baskılarına ışık tuttuğu kitabının başında bize bu ayrımın başlangıç noktasını hatırlatmaktadır. Yirminci yüzyılın başında, pek çok teknikteki teknolojik gelişmelerle birlikte, bu tekniklerin faydalı olduğunu savunan ve sanatsal açıdan baskıyı resim ve biçiminle aynı seviyede görenlerin malzeme hissiyatını kaybettiğini savunan iki taraf ortaya çıkmıştır. Bu çatışma grafik ürünlerin sıklıkla reklam için kullanılması ile birlikte daha da derinleşmiş. Hatta 60'lı yıllarda grafiğin uygulama alanı sadece reklam sektörüymüş gibi bir izlemin oluşmuştur. Evet grafik anlatımlar, bir markanın, ürünün, şirketin vs. belirli bir kitle ile iletişim kurması için görsel olarak kullanılmaktadır.

Rönesans'la birlikte resim, tuval veya pano yüzeyine taşınarak özgürleşmiştir. Böylece resim mimari bir öğe olarak bina süslemesinden kurtulup taşınabilir bir nitelik kazanmıştır. Bunu izleyen heykel ve daha sonra baskı ile birlikte güzel sanatları oluşturmuştur (Behrens, 2002). Bu görüşün Shiner'ınki ile örtüştüğü ortadadır. Yani Rönesans'ın tetiklediği süreç içerisinde fotoğrafın keşfi ve endüstri devrimi sanatın tanımlanmasında yeni bir dönemi getirmiştir. Behrens (2002), sanat ve tasarım arasındaki ayrımı, güzel sanatların oluşumuna ve sanatçının bir deha ile üretmesine; zanaatçının ise belli bir şeyi uygulamasına dayandırmaktadır.

Briggs ve Burke (2004), Hartlib'in, 1641 yılında resim sanatının, baskının yaygınlaşması sayesinde halkın seviyesine ineceğini ve insanlara hak ve özgürlüklerini anlatacağını yazdığını aktarmaktadır. Bugün sanat çok ince bir zevk, tasarım ise sadece işlev olarak algılanmaktadır. Oysa bu algının geçmişi çok da fazla değildir. Biçim ve içerik karşıtlığı, sanat, tasarıma karşı tartışmalarının her zaman odağında olmuştur (Blauvelt, 1995). Bierut'un (2002) da dediği gibi grafik tasarımcıların ticari sanatı olarak anıldığı zamanlar çok geriye gitmemektedir. Para bir kişinin statüsünü kolaylıkla yükseltebilir. Ticari sanatçılar olarak tasarımcılar, paranın içinde ve donanımlı el işçileri olarak sanatçıların bir kademe altında yer alırlar. Tasarımcılar, ne kadar para kazanırlarsa kazansınlar kültürel statülerini sanatçılarınkine çıkaramazlar

(Keedy, 2002). Belki de bu durum tasarımın pop kültürünü takip etme zorunluluğundan kaynaklanmaktadır ve bu doğaldır. Hatta Keedy (2002), tasarımın ikincil tepkici bir hizmetten, birincil ve öncü bir aktiviteye dönüşmesi durumunun çoğu tasarımcının arzu etmeyeceği hatta sanatın rolüne soyunacağını ortaya koymaktadır.

Glaser (2011), çok yakın zamana kadar grafik tasarım için kullanılan kalite kriterlerinin, güzel sanatlar için kullanılan kriterlerle aynı olduğunu; ancak, bunun günümüzde değiştiğini, grafik tasarımın modern akımların katı şekilciliğini aştığını ve moda ile ilişkilenerken halka yakınlaştığını söylemektedir. Belki burada kasıt hayata yakınlaşmaktır. Ancak yine tasarım sanat ayrımının yapıldığını ve hayata yaklaşmak adına tasarımın sanatla ilişkilerini kopartmak gerektiği gibi bir yanılgıya düşülmektedir. Yine aynı kaynakta Glaser (2011), hızlı iletişimle birlikte tasarımın anında izlenen bir olguya dönüştüğünü vurgulamaktadır ki; bunun sanat için aynı olmadığını düşündürecek hiçbir şey olmadığı gibi sadece bu hızlı iletişim formlarını kullanan sanatçılar bulunmaktadır. Buradan hareketle Milton Glaser gibi bir tasarım duayeni- nin bile, “grafik sanat”, “grafik tasarım” ,”görsel tasarım” gibi tanımlamaları birbiri yerine kullanması ile bireysel olarak da kafa karışıklığı içerisinde olduğunu göstermektedir. Bu çok doğal yapı grafik ile ilişkilenen pek çok insanın kafasını kurcalamaktadır ve kurcalamalıdır.

“Grafik sanatların bir temel ahlaki ve fonksiyonel problemi (ki bu problemle diğer “güzel sanat” dallarının karşılaşması gerekmez.) içeriği objektif olarak sunma ile sanatçının kişisel görüşü arasında uygun bir denge bulabilmektir.” (Glaser, 2011)

Yine Glaser’a göre uygulamalı sanatlar ve güzel sanatların sınırları günümüzün karmaşık dünyasının da tıpkı sanat ve teknik gibi birbirine geçmiştir. Burada Shiner’a (2010) dönecek olur isek; zaten sanat ve tekniğin on sekizinci yüzyıla kadar birbirini bütünleyen ve karşıtı olmayan terimler olarak algılandığını vurgulamak gerekir. Buradan hareketle günümüz dünyasında yeni bir sanat tanımı ortaya çıkmaktadır. Dikkat edilir ise; bu tabii ki günümüz koşullarına göre şekillenen, ancak biraz da ondokuzuncu yüzyıl öncesini çağrıştıran bir yapıya sahiptir. Yani sanat, tasarım, teknik ve zanaat, kişisel anlatımın karşıt yolları değil de işbirliği içinde kullanılan biçimleri halinde kullanılmaktadır. Yeni iletişim biçimleri pek tabii ki yeni

üretim biçimleri geliştirmemize neden olmaktadır. Günümüzde her anlamda bir kolaj estetiğine doğru yönelttiğimiz bir duyarlılık geliştirmekteyiz. Artık sanatçı çizip, boyayarak bir form yaratmak yerine çağdaş duyarlılığımızın merkezine formları birleştirmeyi getirmiştir.

Bir yandan kendimize özel adalar yaratma çabası ile ayırmaya çalıştığımız sanat ve tasarımın ne kadar iç içe olduğunu göstermeye belki örnekler yetmez. Ancak Glaser çok çarpıcı birkaç örneği bizler için sıralamaktadır. Matisse'nin renk kullanımı ve biçim oluşturma şekli grafik sanatlar üzerinde çok büyük etkiler yaratmıştır. Dadaistlerin ticari form ve teknikleri kullanış şekli Pop Art'ı hızlandırmıştır. Tüketimi körükleyen reklamlar ve ambalajlar sanatçının hammaddesi haline gelmiş; bu durum aynı zamanda uygulamalı sanatlarda yankı bulmuş ve karşılıklı bir parodi ortamı doğmuştur. (Glaser, 2011) Bu durumlar göz önünde tutulduğunda sanat ve tasarımı ayrı ayrı ele almanın pek de anlamlı olmadığını ve aynı kriterlerde değerlendirilebileceğini görmekteyiz. İster sanat eseri olsun isterse tasarım nesnesi olsun bir beğeni toplayabilmek için içerik ve biçimi buluşturması gerekir.

Howard (1994), grafik tasarımın bir toplumsal üretim olarak içeriğinin de sosyal olduğunu söylemektedir. Bunun kanıtı olarak da işlevin biçimi ve kastın da içeriği belirlediğini öne sürmektedir. Bu nedenle üretimin toplum içerisinde algılanışının değiştiğini vurgulamaktadır. Bu durumda yaratıcı herhangi bir eylemden tasarımın ayrıldığı nokta nedir? Sanatın bu türlü bir etkileşiminin olmadığı nasıl ortaya konmaktadır? Açıkça sanatçı da toplumda yaşayan bir bireydir ve bireysel dışavurumlar da toplumdaki ayrı olmayacaktır. Yine Howard, bu ayrımı, insanın bağlantılı bulunduğu ekonomik ve ideolojik güçlerin şekillendirmesine dayandırmaktadır. Bu güçler tasarım faaliyetini kişisel yaratıcılık durumundan farklılaştırmaktadır. (1994) Günümüz sanat ortamının piyasa terimiyle tanımlandığını düşünürsek; sanatın da artık sadece bir kişisel yatırım durumu olmadığını görmek mümkün olacaktır. Yani Howard'ın temel olarak tasarımı sanattan ayırdığı nokta günümüz sanatının ne kadar da tasarıma yaklaştığının; ya da aslında insanlığın yücelerek tanımladığından farklı tanımlara ihtiyaç duyduğunu göstermek-

tedir. Bu tasarım sanat tartışmasının odağında Shiner'ın değindiği ayrımlar yattığı açıktır.

Neville Brody, yirminci yüzyılın son çeyreğine damgasını vuran tasarımcılardan birisi hiç kuşkusuz. Yazılar'ın dokuzuncu sayısında Neville Brody ile yapılmış bir söyleşiyi ve kendi ağzından bazı pasajları aktarıyor. Bu yazıda Brody, üniversitedeki tasarım eğitimini eleştirmektedir. Tasarımın problem çözmek olduğunun öğretildiği böylece tasarımı daha çok memnun etme aracı olarak görecekt tasarımcılar yetiştirildiğine vurgu yapan Brody (1988), açıkça, tasarımın sanattan, ya da sandalyeden bir farkı olmadığını söylemekte; ve bir iletişim aracı olarak tarafsız kalamayacağını vurgulamaktadır. Şöyle devam eder;

“ İletişim sadece bir düşüncenin basit bir biçimde iletilmesi değildir, ama ben bunu problem çözüme olarak görmüyorum. Bir hizmeti yerine getiren bir bilim adamı. Bir teknisyen olursunuz. İletişimin içinde duygu namına hiçbir şey kalmamış olur, ki zaten baştan beri eksikliği en çok çekilen şey duygudur. Resim yapmayı kimse problem çözmek olarak görmüyor. Eğer tasarıma problem çözmek açısından yaklaşırsanız, sonunda ilettiğiniz problemin ta kendisi olur. Tasarım duygu yüklüdür, ama sanki öyle değilmiş gibi okutulur. ... Problem duygunun göstergesini vermek değil, bizatihi duygu olabilmektedir. ... Duygusal reaksiyonunuza itimat etmediniz ve sahicinin yerini gösterge alınca, sonuç kaçınılmaz olarak daha zayıf olacaktır.”

Vignelli'ye (1999) göre:

“İki tür grafik tasarımcı var. Birinin kökü, tarih, göstergebilim ve problem çözümü gibi kavramların ışığında oluşmuştur. İkincisinin köklerini ise resim, figüratif sanat, reklam, moda ve trendler besliyor. Birbirinden tamamen farklı iki yol! İlki, daha çok, problemin doğası, içeriği ve bilgiyi organize etmekle ilgilenir. Bu bizim ait olduğumuz grafik tasarım türü. Bana göre grafik tasarım bilgiyi organize etmektir. İkincisi ise bireyleri sürekli değiştirmeye çalışır ve nasıl görüldüğü ile ilgilenir. Her zaman gündemi takip etmeli, güzel ve trendlere uygun olmalıdır.”

Vignelli röportajına ikinci yolu tercih edenlerin, gülünçlkle ilgilendiği ve Amerika ve İngiltere'de bu nedenle grafik tasarımda büyük bir kirlenmenin ortaya çıktığı savları ile devam ediyor. Dikkati çeken nokta Vignelli'nin reklamı resim sanatı ile bağdaştırmasıdır. Bu durumda sanatın tasarımlaştığı yönündeki görüşlere ye-

ni bir perspektif daha eklenebilir. Ancak bunu grafik tasarımın sığ ve çekilmez reklam yönü ile ilişkilendirmesi biraz fazla ağır bir eleştiri olarak görülebilir. Vignelli sanatçının doğasının deneysel olabileceğini fakat tasarımda bilgisayar efektleri ve trendlerin formu büyütmekten başka bir fonksiyonunun olmadığını dile getirmektedir. Açıkça grafik tasarımın batmakta olduğunu söyleyen tasarımcı, belki de bu yolla bir farkındalık yaratmak istemektedir. Tasarımcı, post-modern düşüncenin modern düşünceden dışlanan insanların çoğalarak ürettikleri bir kültür olduğuna inanmaktadır. Modernizmin sıkı bir savunucusu olan Vignelli, post-modern düşüncenin kirliliğin kaynağı olduğunu inanmaktadır.

Keedy, Fuse98'de verdiği derslerde post-modernizm sürecinde grafik tasarımı değerlendirmiştir. Keedy'e (1998) göre , grafik tasarımda 80'lere kadar pek bir etkisi görülmeyen post-modernizm, tasarımın düşünüş şeklini değiştirmiş ve tasarlamanın yeni şekillerini kışkırtmıştır. Tasarımcılar sadece bir iletişim aracı olmadıklarının farkına varmışlar ve çözümledikleri problemlerin arkasına saklanmaktan vazgeçmişlerdir. Tasarımcılar artık egolarını ön plana çıkarmış ve görünmez olmayı reddetmişlerdir. Yüksek ve düşük kültürler, pop kültürü, nostalji, maskaralık, alay, taklit, yapıbozumculuk ve estetik karşıtlığı seksenlerde ortaya çıkan ve doksanların grafik tasarım teorisinde yer tutan kimi fikirlerdir. Post-modern dönemde artık tasarımcılar sadece iletişim kurmakla ilgilenen anonim karakterler değil, kültür hakkında görsel ve yaratıcı düşünen bireyler haline gelmişlerdir. Anonim kalanlar ise bir daha bireysel tanınırlığa asla kavuşamamaktadırlar. Bu durum bir anlamda tüketim toplumunun getirdiği bireyselliğin post-modern grafik tasarımda da tasarımcılar arasında yaygınlaştığının bir kanıtıdır. Tıpkı bireysel ihtiyaçları olan tüketiciler gibi tasarımcılar da bireysel egolarını şaşalı ödüllerle doyurmaya çalışan ünlüler arasına girme yarışına kapılmışlardır. Ancak burada asıl dikkat çeken nokta, bu bireyselleşmenin tıpkı sanatçıların bireyselleşmesine benzeşmesidir. Modernizmin doğurduğu bireysel bağımsız sanatçılar ve post-modernizmin doğurduğu bireysel tasarımcılar sanki aynı evreleri bir yüzyıl ara ile yaşamaktalar.

Post-modernizm bizlere çeşitlilik ve girift anlatım için cesaret vermiş; böylelikle modernizmle aramıza eleştirel bir mesafe koyabilmiş ve modernizmin kartelle-

rinin farkına varabilmişizdir. Post-modern dönemde modern ve klasik arasındaki, iyi ve kötü, yeni ve eski gibi pek çok ayırım silikleşmiştir. (Keedy, 1998) Ancak doksanların başında hemen her şeyin denendiği grafik tasarım çoğunlukla okunmaz, kaotik bir görünüm almıştır. Bu durumun grafik tasarımın görsel bir ifade biçimi de olduğunun anlaşılmasına büyük katkıda bulunduğu düşüncesini taşımaktayım.

Keedy (2002), bir grafik tasarımcının ne kadar müşteriye hizmet ettiği, kaç tane ödül aldığı, tasarladığı web sitelerinin kaç kere tıkladığının, fontlarının, fakslarının, Ferrarilerinin hiç bir önemi olmadığını vurguluyor. Önemli olanın işlerinin oluşturduğu gövdenin, entelektüel ve estetik açıdan katkısı, donanımları, el işçiliği ve insanlığı olduğunun altını çizmektedir. Tüketim ekonomisinin ışıklı eğlence algısına kapılmış pek çok tasarımcının uzaklaştığı bu değerler günümüzde az da olsa hatırlanmaktadır. Burada bahsedilen el işçiliği zaten insancılığın da çoğu zaman göstergesi ve hissiyatı olmaktadır.

3.1.1 Tasarımcının Bağımsız Anlatımı: Tasarım Yazarlığı

Sanat ve tasarımın günümüzde grafik içerisinde ne denli yakın algılandığı ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda özellikle doksanlı yıllarda karşımıza çıkan “authorship”, yazarlık, ya da tasarım yazarlığı, günümüz bireysel anlatımlarına öncülük etmiştir. Bu bölümün ikinci başlığı altında örnek gösterilen; geleneksel grafik baskı yöntemlerini ifade biçimi edinmiş pek çok tasarımcı, kişisel üretim sürecinde aynı zamanda tasarım yazarlığı yapmakta yani içeriği de kendisi oluşturmakta ve bu yolla elde ettiği üretimi ticari bir kazançta dönüştürmektedir. Geleneksel grafik baskının kullanım nedenlerini açıklayabilmek ve verilen örnekleri anlamlandırabilmek adına, günümüz girişimci tasarımcılarına öncülük eden tasarım yazarlığı teorisine değinmek gerekir.

Yirminci yüzyıla kadar batıda sanat, nesne merkezlidir. Sanat, değerli bir şey, bir materyal, dokunulabilir, koleksiyonu yapılabilir bir şey olarak algılanmıştır. Bu şey sanatçının da değerini yansıtmaktadır. Ancak yirminci yüzyılda sanatın paha-

landıkça; beğenin de işin içine girmesi ile değerler sistemi değişmiştir. Bu dönemde sanat objesinin yerine kavramı koyan bir sanat akımı, sanat yazarlığını (authorship) sorgulamamıza neden olmuştur. Dada, fütürizm ve sürrealizm, ego tabanlı ve nesne merkezli sanat kültürünü, izleyicinin de sanatçı kadar sürecin parçası olduğunu ortaya koyarak; baş aşağı etmiştir. Bu dönemde Sergie Eisenstein'in montaj yolu ile sinema sanatını keşfediyor; Albert Einstein'in da İzafiyet Teorisi'nin üzerinde çalışıyor olması tesadüf değildir (Pearce, 1997). Gerçekliğin sorgulandığı bu dönemde sanat alanında da sözü edilen değişimlerin yaşanıyor olması pek doğaldır. Böylece tartışmaya açılan sanatta yazarlık ya da yaratıcılık, günümüzde tasarım alanında da ateşlenmiş durumdadır. Rock'a (2009) göre son dönemde grafik tasarımcıların aynı zamanda eser sahibi "author" olarak daha çok bireysel deha ile ilişkilendirilmektedir.

Rick Poynor doksanlı yılların ortalarında grafik tasarımcıların kendi sözlerini söyleme başladığını ve bir yazar durumunda olabileceklerini dile getirmektedir. Ancak daha henüz o yıllarda tasarımcıların çok etkili söylemlerde bulunamadıkları vurgulanmaktadır (Keedy, 1995). Poynor (2002), grafik tasarımın ne sanat ne fotoğraf olduğunu, sadece grafik tasarım olduğunu vurgulamakta ve görüntü ve yazıyı düzenleyen özverili, sessiz grafik tasarımcıların, kendilerinin birer yazar haline geldiğini aktarmaktadır. Steven Heller ise Emigre dergisine verdiği bir röportajda "Sonuçta sanat sepetten bahsediyoruz." demektedir (Dooley, 1994). Çok tartışmalı bir o karda sınırları belirsiz bir tartışma konusu olarak tasarım yazarlığı, enformasyon devrimi ile birlikte tasarım alanında özgürleşerek kendi sözünü söyleme çabasıyla birlikte karşımıza çıkmaktadır.

Esen Karol, Arradamento Mimarlık dergisine verdiği bir röportajında kendisini bir yazar olarak gördüğünü belirtiyor. Bir kitap tasarımını yaparken o kitabı tasarım açısından tekrar yazdığını vurguluyor. Ancak kitabın tek yazarının da kendisi olmadığını belirtiyor. Ayrıca tasarımı zanaattan ayrı düşünemediğini dile getiriyor. Ancak modernite ile birlikte tasarımcının bir otorite olarak fazlaca önem kazandığından yakınan Karol, tasarımın kutsanarak sanat gibi otoriteye dönüştüğünü anlatmaya çalışmaktadır. Tasarımcıların entelektüel düzeylerinin artması ile onlara

yetersiz gelen mesleki araçları bir kenara bırakıp; tasarımcılar kendilerine bir aura yaratmakta ve bu durumu sınırsızlıkları için bir çıkış araca olarak gördüklerini düşünmektedir. Oysa bu bir yanılgıdır ve aslında yapılan iş ne kadar erişilmez gözükse de sınırları aynı kalmak durumundadır (Tanyeli, 2007). 2004 yılında Icograda'nın İstanbul'da Bilgi Üniversitesi'nde düzenlediği Building Bridges konferansında öğrenci atölye çalışmaları liderlerinden İsrail'li grafik tasarımcı Oded EZER, yakında bir grafik tasarım yıldızı ve çok ünlü bir tasarımcı olacağından bahsetmiştir. İşte belki de Karol'un aura ile kastını bu diyaloglarda aramak gerekmektedir. Çünkü bu grafik pop starları her ne kadar kendi dünyalarında bilinseler de aslında kimse onları tanımamaktadır. Bu açıdan belki de bir grafik tasarımcı asla bir sanatçı ile aynı konuda olmayacaktır.

Yine Karol, dünyada değişen pozisyonlar bulunduğunu ve tasarımın da bir otorite olarak sanattaki pozisyon kaybını doldurma çabasında olduğunu söylemektedir (Tanyeli, 2007). Wild (2002), yeni medya ile birlikte günümüz grafik tasarımcıların kişisel değerlerini işlerine yansıtmada zorluk yaşayacağını öne sürmektedir. Grafik tasarımcıların tadını çıkardıkları “yazarlık” durumlarının ve kırılğan özgürlüklerine, çoklu ortamın takım çalışması düzeninin büyük tehdit oluşturduğunu dile getirmektedir. Ancak “yazarlık” durumunun bir yalnızlık durumu olmadığına dikkat çekmek gerekir. Bu durumda içerik üreten grafik tasarımcıların çokluortamda da hayli başarılı olabileceği ortadadır.

“Author” kelimesi geçtiğimiz kırk yıl içerisinde anlam açısından değişikliğe uğramıştır. Kendi başına yazar anlamının ötesinde herhangi bir şeye varlık kazandıran anlamında kullanılmaktadır. Bir anlamda “yaratıcı”, “mucit”, “kurucu”, “babası olmak” gibi anlamlara gelmektedir. Tarihsel süreçte yazar ve yazı (yaratıcı ve yaratı) arasındaki ilişki çeşitli formlara karşımıza çıkmıştır (Rock, 2009). Foucault (1969), bir anlamda yazarı yok sayarak; “Kimin lafı ettiğinin ne önemi var ki?” diye sormaktadır. Barthes (1968) ise yazarın ölümü pahasına okuyucunun doğması gerektiğini söylemektedir. Sonraki dönemde yapıbozumcuların Barthes'in söylemi üzerinden hareket ettiğini görmekteyiz. Post-yapısalcılar ise Foucault'un izlemiştirler (Rock, 2009). Uzun yıllar bir siması olmayan tasarım, belki de artık sözlerin sahiple-

rinin kendilerini göstermesini istemektedir. Tıpkı anonim edebiyattan yazarlı edebiyata geçiş gibi grafik anlatılar da tasarımcılarının ismi ile anılacakları bir dönemde bulunabilirler.

Yine de tasarım sürecinin tasarımcı tek başına olsa dahi müşteri gibi bir takım kişilerle etkileşim içerisinde oluşturulduğunu da gözden kaçırmamak gerekmektedir. Bu durumda bir tasarım işinin tasarımcısının ismini taşıyabilmesi için içerik ve biçimin yazar tarafından oluşturulması gerekmektedir. Oysa grafik tasarım geçtiğimiz yüzyıllar boyunca başkalarının laflarını söylemek üzere biçimlenmiştir. İşte tam bu noktada teknoloji devriminin, aynen resim mimarlık ile ayrıldığı noktadaki gibi grafiği de sadece lafı görselleştiren ve reklam ya da propaganda ya da halkla ilişkiler ile zorunlu ilişkisinde kopartan bir noktaya getirdiği tartışılabilir. Bu açıdan hep bir yüksek sanat öznesi olarak görülen yazar tasarım alanına da sızmaya başlamıştır. Yazarın ölümünü ilan eden yine ünlü yazarlar olduğuna göre, aslında üretim sürecinde her zaman bir yazar bulunmaktadır. Bu durumda tasarımın sanata, sanatın da tasarıma öykündüğü günümüz kapitalist ekonomisinde belki de yazar hiç ölmeyecektir.

Grafik tasarıma benzer şekilde film teorisinde de yazarın (yaratıcının) kim olduğu konusunda, çok kişinin emek verdiği bir esen oluşmasından dolayı sıkıntılar yaşanmıştır. François Truffaut, teorisinde yaratıcı sürecin üçte birinin yönetme ait olması gibi bir kriter belirlemiştir. Yani ağırlıklı olarak yaratıcı süreci yöneten kişi çoklu çalışma ortamında yaratının yazarı olarak görülmektedir. (Rock, 2009) Bu açıdan grafik tasarım alanına da zemin oluşturabilecek bir dayanak sağlanabilir. Yaratıcı ekiplerin ortak çalışmasında eserin yaratıcısının belli oranda yaratıcı süreçte hakimliği yazarlığı için ölçüt kabul edilebilir. Yine Rock'un (2009) aktardığına göre Amerikalı eleştirmen Andrew Sarris yazarlık mertebesi için birden fazla kriterin; teknik yeterlilik, biçimsel imza ve bu biçimselliğin bir dizi üretimde görülmesinin, gerekliliği olduğunu savunmaktadır. İlginç olan sinema teorisinde de aynı grafik tasarımdaki gibi düşük eğlence ürünlerinin güzel sanatlar mertebesine yazarın ilanı ile yükseltilmesi çabasını görmekteyiz. Bir anlamda tasarım ve sanat çatışmasını aşmanın başka bir yolunun yazarlık durumu ile bulunduğunu görmekteyiz.



Resim 42 : General İdea / A A Bronson, “İnfections” yetleştirmesinin önünde. Fotoğraf: Jessica Darmaninö

http://www2.macleans.ca/2011/07/28/how-general-idea-predicted-the-future/mac30_general_idea01-wide/



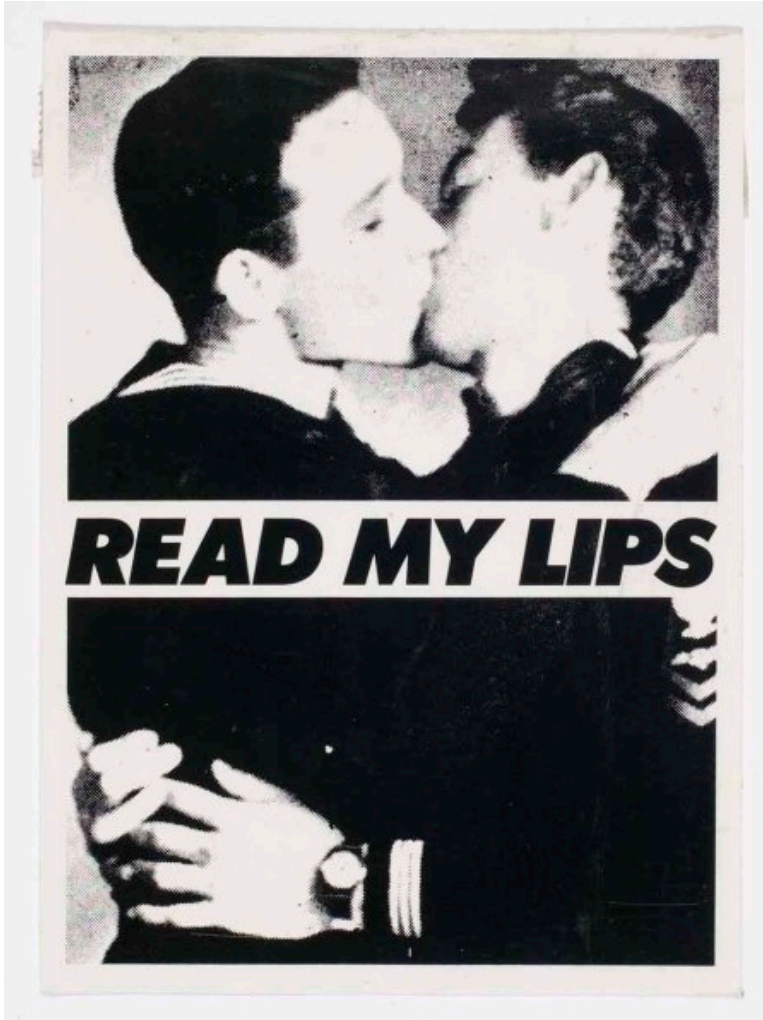
Resim 43: Guerrilla Girls, Afiş 1989, serigrafı

<http://womhist.alexanderstreet.com/ggirls/doc13.htm>

Grafik tasarım alanında yazarlık durumu için ölçüt belirlenmeye çalışılır ise yelpaze stil üretimi ile daralsa da içerik üretimi devreye girdiğinde büyük bir boca-lama ile karşılaşabiliriz. Pek çok tanınmış grafik tasarımcının, stil anlamında birlik sağladığı işlerinin içerik olarak söylediği lafi anlamak güç olabilir. Bu durumda si-nematografik yazarlık teorisi tasarım yazarlığı alanında yetersiz kalabilmektedir. An-cak tasarım yazarlığını sanatçı kitabı ve aktivist tasarım alanına sıkıştırırsak anlamlı bir takım işler görebiliriz. Sanat kitabı belki de yazı, görsel, yapı ve malzemeyi kul-lanarak grafik yazarlığın en saf halini oluşturmaktadır. Tarihi pek de eskiye dayan-masa da çoğu grafik tasarımcının da bu alandan uzak durduğunu ve yapılan işlerin standart bir kalitenin altında üretildiği görülmektedir (Rock, 2009). Grafik yazarlık alanında sanatçı kitapları bu tezin de odak noktalarında birini oluşturmaktadır. Ta-sarım ve sanatın yakınlaştığı ve tasarımcının anlatım özgürlüğüne ulaştığı bir alan

olarak sanatçı kitapları, günümüzde tasarım yazarı diye nitelendirilebilecek Stefan Segmaister, David Carson, Neville Brody gibi tasarımcıların da kullandığı bir bireysel dışavurum aracı olmuştur.

Tasarım yazarlığının grafik alanında aktivist tasarım, politik bir gündem çerçevesinde, kendi motivasyonunu yaratan ve yazarı da kendisi olan bir alandır. Gran Fury (Resim 44), General Idea (Resim 42), Guerrilla Girls (Resim 43) gibi tasarımcılar ya da tasarım grupları, oldukça etkileyici örnekleri ortaya koymuşlardır. Aktivist yazarlık, bir bireysel dışavurum olarak yazarlık düşüncesinin tamamını kapsamaktadır.

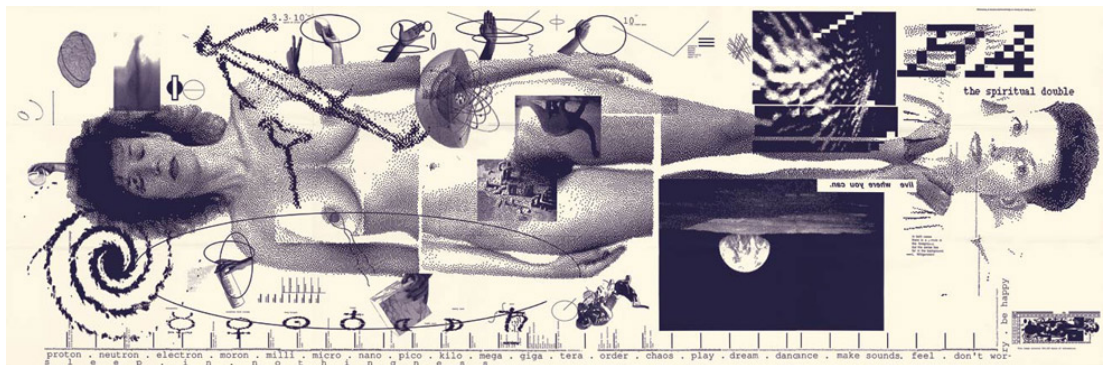


Resim 44: Gran Fury, Read My, Lips (Dudaklarımı Oku(Erkekler)), 1988

<http://fansinaflashbulb.wordpress.com/2010/06/25/june-is-pride-month/>

Tasarım yazarlığı meselesinin zayıf yönü, belki de bireysel dışavurumun kimi zaman anlaşılabilmesi durumu olabilir. Öte yandan tasarımın sanata yaklaşması ve güncel sanat kavrayışları bakımından bu durum pek de şaşırtıcı olmamalıdır. Tasarım yazarlığının kendisi metin yazarlığı olabilir mi? Bu alanda da son dönemde pek çok tasarımcı görmekteyiz. Aslında William Morris, bu anlamda, modern çağın ilk tasarım yazarı sayılabilir. Tasarım eleştirisi oluşturmak adına Rudy Varderlans, Paul Rand, Ellen Lupton, Neville Brody ve pek çoklarının kendi sözlerini dile getirdiği kitaplar ve metinler görmekteyiz. Bunların yanı sıra belki de sayısız bilinmeyen yazar şuan internetin sınırsız dünyasında tasarım yazarlığı yapmaktadır.

Yukarıda adı geçen tüm bu tasarım yazarlıklarının yanı sıra, ticari grafik üretim formlarını kişisel anlatılar için kullanan ve alışıla gelmiş tasarımcı müşteri ilişkilerinin ötesinde yönlendirilmiş projeler yapan tasarımcılar da bulunmaktadır. Bunlara April Greiman (Resim 45), Bruce Mau (Resim 46-47), Irma Boom (Resim 48-49), MM Paris (Resim 50) gibi isimleri örnek verebiliriz (ROCK, 2009). Enformasyon devrimi ile birlikte yaşanan süreçte, tasarım ürününü kimin tasarladığının önemi iki uçta değerlendirilmektedir. Sıradan bir ürünün kim tarafından tasarlandığını günümüzde kimse önemsememektedir. Diğer yandan her gün kullandığımız ürünler dışındaki ürünleri, yani sınıflandıramadığımız ve çoğu zaman sanata yaklaşan ürünlerin tasarımcıları bizim için bir kahramana ve tasarım yazarına dönüşmektedir.

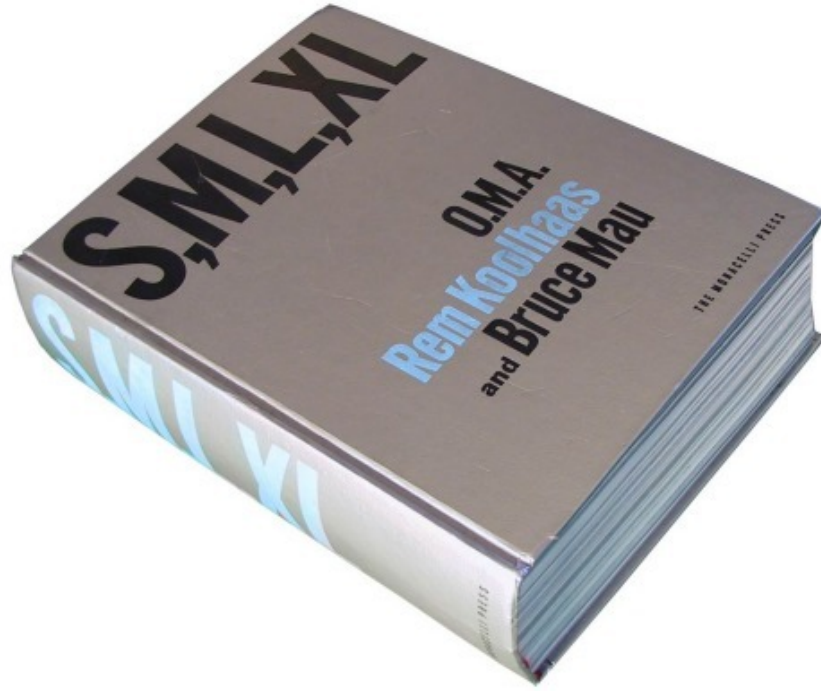


Resim 45: April Greiman, "Does It Make Sense?" Greiman's Design Quarterly #133, serigrafî, 1986

<http://idsn.org/posts/design-discussions-april-greiman-on-technology/>

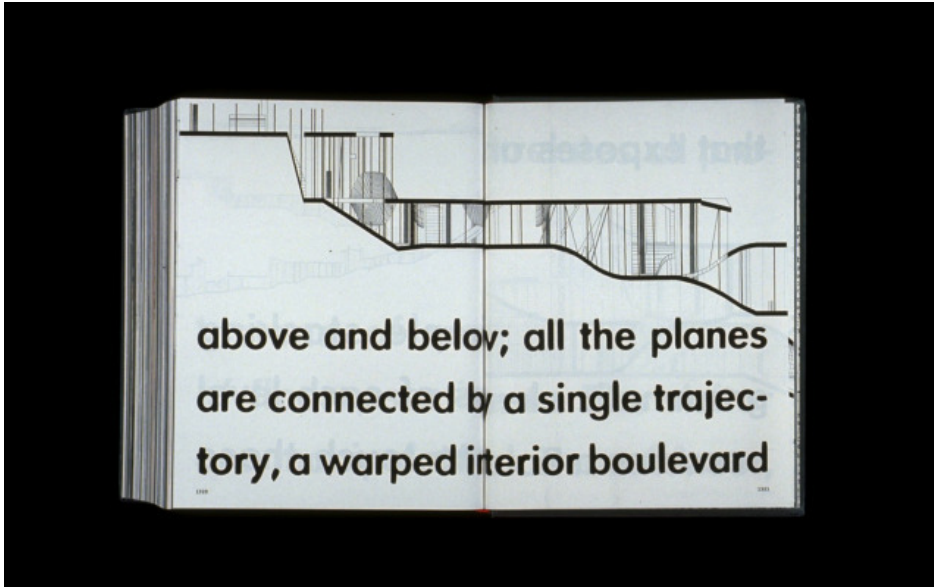
İnternetin her şeye ulaşmayı kolaylaştırdığı günümüzde, bilgisayar programlarının kullananların sayısının artması ve her evdeki baskı araçları ile aslında her bi-

rey bir grafik tasarımcı olmuştur ve kendi iletişimini tasarlamaya yetkindir. Ancak bize sunulan sınırların dışında, tıpkı sanatın yaptığı gibi, düşünen tasarımcılar bugün kendilerinden söz eder ve ettirir hale gelmişlerdir. Tasarım yazarlığına bu açıdan bakmanın da yararlı olduğu görüşünü taşımaktayım. Her ne kadar bu başlık altında genel olarak Michael Rock'ın tartışması üzerinden gidilmişse de; tasarım yazarlığının sanatsal yaratıcılıktan bir farkı olmadığı ortadadır. Geleneksel ya da çağdaş teknik üretimin içeriğini değiştirmez. Modern öncesinde olduğu gibi tasarım ve sanat günümüzde aynı kulvarı paylaşmaya yaklaşmıştır. Pek tabii farklı bir biçimde. Çünkü her dönem ekonomik, siyasi ve kültürel içeriği ile kendi sanatını yaratmaktadır.



Resim 46: Bruce Mau, SMLXL kitabı

<http://www.brucemaudesign.com/4817/97396/work/smlxl>



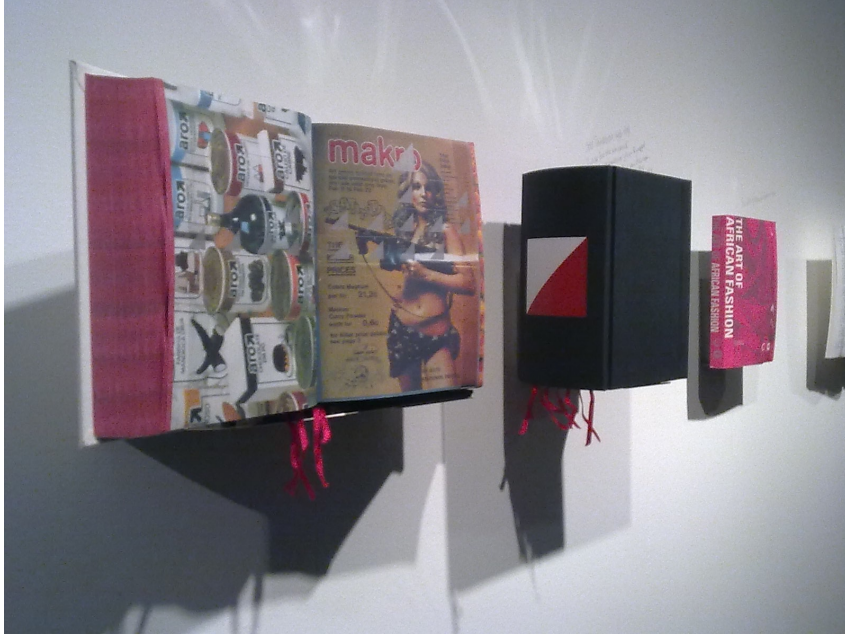
Resim 47: Bruce Mau, SMLXL kitabı

<http://www.brucemaudesign.com/4817/97396/work/smlxl>



Resim 48: Irma Boom, Think Book

http://colourblind.files.wordpress.com/2011/06/irma_boom_shv_thinkbook_2.jpg



Resim 49: Irma Boom, Kitaplarından örnekler

http://3.bp.blogspot.com/_uy8oDWI3iek/TB0FYoT5iAI/AAAAAAAAI0c/pqsxJnp6f1M/s1600/Image1486.jpg



Resim 50: M/M (PARIS), Sergi görüntüsü « Icônes, Indices, Symboles » Chapelle des Jésuites, Uluslararası Afiş ve Grafik Sanatlar Festivali, , Chaumont, 2003

<http://white-screen.jp/?p=2318>

3.1.2 Teknolojik Üretim Çağında Grafik Baskı

Caplow (2009), baskının bir medyum olarak, genellikle heykel ve resmin seviyesinde değerlendirilmediğini ve geleneksel olarak ticari açıdan çok yüksek değere sahip olmadığını vurgulamaktadır. Rembrant ve Goya gibi baskıları ile de bilinen sanatçılar, sanat tarihi içerisinde birincil olarak resimleri ile anılırken; Kate Kollwitz gibi baskı sanatçıları pek de fazla bilinmezler. Ayrıca, Goya, Daumier ve Manet'inkiler gibi karşıt içeriğinden dolayı ender olanlar dışında baskılar çoğunlukla, duvarlara yapıştırıldığı veya ilan olarak dağıtıldığı için geçici kaliteye sahiptir. Afişler ve benzer üretimler süreli ve konuludur ve kitap illüstrasyonları anonim sanat yapıtları olarak üretilmezler.

Yeni teknolojiler, çabucak grafik baskının yerini işgal etmişlerdir. Geleneksel teknikler, bilgisayara bağlı bir yazıcı, fotokopi makineleri ve faksler tarafından yerinden edilmiştir. Bu yeni medya büyürken; kimi sanatçılar aksi yönde, kağıttan başka yüzeylere yaptıkları baskılar, daha önce görülmemiş ölçülerle veya sadece “basmak” eyleminin anlamını genişletecek şekilde; geleneksel yöntemlerin, henüz keşfedilmemiş potansiyelini keşfe çıkmışlardır. Pek çok kişi yeni medyanın grafik baskının sonunu getireceğini düşünürken; basitçe olanakları genişlettiğine şahit olunmaktadır. Litografi, ağaç baskının ve metal baskının sonunu getirmediği gibi; fotoğraf, geleneksel grafik medyasını bitirmediği gibi; dijital teknoloji de geleneksel tekniklerin yerini almamış; ancak seçenek ve kapasitesini çoğaltmıştır (Saunders & Miles, 2006). Bilgisayarın teknik gereksinimlerine sahip olan tasarımcılar, arayüz tasarımının karmaşıklığını keşfederken; basılı malzeme üzerine çalışan tasarımcılar için daha çok estetik yönüyle ilgilenmişlerdir (Staples, 2002).

MacPhee'ye (2009) göre, günümüz baskın iletişim formu geleneksel grafik baskı yöntemleri değildir. Bilboardlar veya otobüs durağı reklamları ile baş edemezler, internet ve televizyon ayrıca hesaba katılmamaktadır. Ancak bu grafik baskı teknikleri hayatta kalmayı başarmaktalar, belki de çağ dışı oldukları için. Günümüz görsel dünyasında, dijital olarak üretilmiş noktalı dokular ve titreşen elektronik imajların

dışında, insan eli ile üretilmiş pek az şey görüyoruz. Bu durum elle yapılmış, sokak duvarlarındaki şablon afişlere, bir pencerede asılı ağaç baskıya etkili bir güç katmaktadır. Bu görseller üzerimize atlarlar çünkü çevrenin geri kalanı ile görsel olarak uyumda başarısız olurlar. Tüm bu grafik baskı formlarına duyulan ilginin odağında, basitlik, ulaşılabilirlik ve pahalı olmayan büyü bulunmaktadır. Bir kaç saat içinde bir baskının yüzlerce kopyasını yapabilir; sonra arkadaşlarınıza dağıtabilir; ucuza satabilir; veya sokaklara asabilirsiniz. Pek çok şehrin kamusal alanına çabuk bir bakışla grafik baskının kamusal gösteriminin gücünü hissedilebilir.

Zamanımızın baskı sanatçıları birer aktivisttir. Onlar yeni teknolojileri kucaklar; fikirlerin dolaşımını ele geçirirler. Dışlayıcı değil içleyicidirler. Belki de gücün egemenliğinden kurtuldukları için mantık dışı olarak; daha az ispat peşindedirler ve bu yüzden bütün yeni teknolojilerin sınırlarını zorlamaktadırlar (Shemilt, 1999). Bilgisayarda sürekli karşımıza çıkan ve hiç bir estetik gönderme taşımayan “print” (bas) düğmesi, baskı eylemini değer düşürmektedir (Parraman B, 1999).

Neville Brody bir röportajındaki soruya şu cevabı vermektedir;

“El çizimi karakterlerinizin ne kadarı okuyucuya ulaşabildi dersiniz?”

Asıl mesele o değildi ki. İnsanların benim yaptıklarımı hemen kopya etmesinden çok sıkılmıştım: Kullandığımız karakterleri bulmak, ve onları bizim değiştirdiğimiz gibi değiştirmek çok kolaydı. İnsanlar büroyu arayıp “falanca sayfada kullandığınız karakter hangisi” diye soruyorlardı. Başkalarının taklit etmesi çok güç olan bir şey yapmak istedim.

İkinci mesele de, yeniden ellerimle çalışmaya başlamayı istedim. Karakterin fotokopisini çekiyorduk ve sonra da bir çizgi üzerinde harfleri birbirine yapıştırıyorduk, sonuç olarak ürünün üzerinde eskisinden daha fazla kontrol sahibi olduk. The Face’de geçirdiğim son yılda, o hale geldi ki, dergideki her başlığı özel durumuna göre elle çiziyorduk. Bence bundan daha ileri gidemezdik zaten. Bunlarla çığlıklar yapabiliydik, ama bir anlamı yoktu. Frankie başlığına bir göz atın.” (Neville Brody, 1988, s.2)

Extra Extra 011110 sergisini düzenleyen Jakob Schmitt, herşeyin dijitalleştiği günümüzde, eski okul tarzı hamlığa sahip yöntemlerin oldukça ferahlatıcı olduğunu ve pek çok kişinin de geleneksel baskı tekniklerine geri döndüğünü vurgulamaktadır (Gill, 2011). Elaine LeVasseur, son onbeş yıldır akademik ve sanatsal platformlarda

dijital teknolojinin etkileri üzerine konuşulduğunu ve ilk hayatımıza girdiği günle kıyasla, bilgisayarları kullanmanın daha zevkli bir hale geldiğini söylemektedir. Her zaman için yetenek sahibi olmayanlar için dijital ortamın kopya çekmek konusunda cezbedici olabileceğini vurgulayan LeVasseur, sanat dünyasında bilgisayar kullanımı dolayısı ile giderek daha az kişinin ana çizim, tasarım ve renk kullanımını anlayabildiğini dile getirmektedir. Pek çok kişi sanat üretiminde bilgisayar kullanabiliyor olmayı; sanatsal bir gelişme olarak gördüğünü; ancak gelecek on yıl içerisinde bilgisayar kullanmayan kimse kalmayınca bu yanılığının son bulacağını ummaktadır. Baskı sanatlarında dijital teknolojinin pek tabii olarak karanlık odanın yerini alarak işi hızlandırmaktadır. Gelecekte de elleri ile çalışmayı tercih edecek sanatçılar olacağını dolayısı ile dijital ortamın baskı sanatlarını öldürmeyeceğini; ancak giderek azalan malzeme dolayısı ile bir azalma yaşanacağını düşünmektedir (Santa Barbara Printmakers, 2010).

Geleneksel baskı teknikleri yeni yüzyılda yeniden keşfedilerek bir canlanma yaşamış, yeni fontlar, stiller, cesur sayfa düzenleri, değişik kalitedeki mürekkepler, farklı kağıt türleri ve ciltleme teknikleri ile uygulama bulmuştur. Günümüzün tüm yaratıcı alanlarındaki dijital gezginleri, kendilerini daha köklü ve daha az sahtekar hissetmek için büyük babalarının zanaatını yeniden keşfetmeye başlamıştır. “Bak bunu kendi ellerimle yaptım!” diyebilmek; basitçe çok güzeldir (Gestalten, 2010).

Marksistlikten uzak, ama deneyselliğin katıksız neşesi ile git gide daha çok grafik tasarımcı, illüstratör ve tipografici, baskı dükkanlarına, tavan aralarına, bahçe satışlarına, bit pazarlarına giderek; kendilerine ait bir üretim biçimi oluşturabilecekleri eski mekanik harikalar bulmak çabasında ve sonuçlanacak işlerine bir eski moda iş görme, kan, ter ve kirin karışması çabasındadırlar. Üretimin ilk aşamasından sonunda ortaya çıkan, kart, kitap, baskıya kadar her aşamada var olan büyük doyum, bir parça kağıda iz bırakmak, bir damgaya somut bir dokunuş ile ilgilidir (Gestalten, 2010).

MacPhee (2009), Paper Politics (Politik Kağıtlar) sergisinin Do It Yourself (Kendi Başına Yap) etiğinden ve toplumundan kaynaklandığını gösteriyor. Sa-

natçılarının, galerilerin, profesyonel küratörlerin ya da zengin sanat koleksiyonerleri olmadan da kendi sergilerini düzenleyebileceklerini savunuyor. Bu noktada modern sanatın yarattığı sanatın ilahlaştırılmasının karşısındaki kimi günümüz grafik sanatçılarının davranışını görmüş oluyoruz. Grafik, günümüz iletişimde hem herkesin kullandığı hem de ürettiği bir formdur. Reklamlar çağımızın sanat metaları olmaya başladı. Reklamların görsel dilini ise grafik oluşturuyor. Bu durumda sanatsal açıdan da grafik imgelerin iletişim gücü ve etkisi çok yüksektir.

Hayatı boyunca bir aktivist veya bir sanatçı olmak arasında kalan MacPhee (2009), sanat dünyasının hatta sokak sanatçılarının çoğu zaman politik söylemi reddettiği ve politik aktivistlerin de yararlılık bağlamında kampanyalarına zarar verecekleri doğrultusunda sanatı reddettiklerini gözlemlemiştir. Oysa politika da sanat da iletişim ve toplumla ilgilidirler. Olumlu sosyal gelişmeler hayatımıza protesto gösterileri, örgütlenmiş işçi sınıfı hareketleri, hareketli topluluklar, bazen hatta oy kullanarak, sivil itaatsizlik ve gerilla savaşı ile gelir. Birbirinden bağımsız tüm bu eylemlerin ortak noktası, politize olmuş bireyler tarafından örgütlenen geniş çaplı sosyal etkinlikler olmasıdır. Günümüz dünyası, çoğu zaman kendimizi bireysel tüketici seçimlerimizden daha büyük bir şeyin parçası olarak görmemizi engelleyecek şekilde en küçük bireysel parçalara ayırır, atomize eder. Sanatçılar, daha geniş toplumun ve modernist kavramın bireysel dahi, tecritte kısılmış, kendi dışındaki herkes için güzel ve harika olanı gerçekleştiren sanatçı düşüncesinin altında iki at ezilir. Bu sebeple yalnız bir sanatçı olmak istemiyorum; sağlıklı biçimde genişleyen bir topluluğun parçası olmak çabasımdayım.

Leia Bell, lise yıllarında tanıştığı serigrafiyi, üniversitede baskı okuyarak pekiştirmiş bir afiş sanatçısıdır. Elle bastığı afişlerinde, serigrafinin en çok fizikselliğinin, bir afişin ele alındığında sürecin başlangıcından bitişine kadar içinde bulunduğu bilinmesinin, bu işin tatmin edici parçası olduğunu vurgulamaktadır. Hiç bir zaman bilgisayarda yetkin olmadığını vurgulayan Bell; çizimlerin bitip afişin ilk renginin basıldığını gördüğünde bitmesi için sabırsızlandığını ve bilgisayarı sadece elektronik posta kontrolü ve afişlerin son halini tarayıp web sitesine koymak için kullanıldığını aktarmaktadır (Malinow, 2006). (Resim 51)

Nicholas Blechman ise Nozone dergisinin kurucusu ve editörü olarak, internet üzerinden çok daha fazla insana ulaşabileceken; tüm bu çabalarının karşılığını elle tutulur bir şeye dönüştürmek isteğinden dijital ortama geçmediğinden söz etmektedir. Kitap formunun bir ağırlığı, dokusu ve hissi olduğunu vurgulayan Blechman, kitabın fiziksel durumunun kalıcı bir değer oluşturduğunu vurgulamaktadır. Christopher Sleboda, işlerinde el yapımı olduğunu eleveren kanıtlar bırakmaktan özellikle hoşlandığını ve ilginç kusurları güzel hatalar olarak gördüğünü söylemektedir. Mevcut olmayan bir şeyi fiziksel olarak vücuda getirmek dünya ile diyalog kurmanın ve kültüre bir katkıda bulunmanın en güzel yoludur. Post Typography'den Nolen Strals, grafik tasarımın toplumla buluşması ve kendine ait bir hayatı olmasını çok sevdiğini vurguluyor. Elle bastıkları afişlerinin de saatlerce oturdukları bir iş gününden sonra kendilerine müthiş bir tatmin sağladığını dile getiriyor (Malinow, 2006).



Resim 51: Leia Bell, The Faint (İnanç), Services için afiş, The Berg Sans Nipple at In the Venue, SLC, 44.45 x 29.21 cm, 3 renk elekbaskı, 108 adet basılmıştır. 2007

<http://www.leiabell.com/posters.html>

Nathan Meltz, insanların bedene sahip olduğu sürece iletişimde de elle tutulur gerçek şeylere ihtiyacı olduğunu vurgulamaktadır. Sam Sebrem ise, internet ve reklamcılıkla birlikte sürekli trend değiştiren kitlelere yavaşlamayı hatırlatmak adına el yapımı sanatın gerekli ve şiirsel olduğu üzerinde durmaktadır. İnsan enerjisinin, poli-

tik ve kişisel ifadenin gerekli olduğunun, ucuz, yaygın, her yerde ve her zaman izlenebilecek mesajları yaratmak için pahalı bilgisayar veya basım evlerine ihtiyaç duyulmadığının altını çizmektedir. Ayrıca bu ucuz yollu sanatsal iletişimin, seçkin sanat dünyasının iki yüzlülükle dayattığı para , açgözlülük ve materyalizmi açığa vurduğunu ve insanlığı birleştirici ve aydınlatıcı bir potansiyele sahip olduğunu dile getirmektedir (MacPhee, 2009).

Moller, baskılarını geleneksel yöntemlerle yapmasının nedenini, kurum ve hükümet propagandaları ile rekabet edilebilecek en ucuz, erişilebilir ve katılımcı yol olduğu için tercih ettiği söylemektedir. Kuruluşlar, medya aracılığı ile, sokakta ve evde, hayatımızın çalışmadığımız zamanını da çalmaya çalışmaktadırlar. Reklamlar, emlakçılar ve bankalar tarafından yönetilen sokaklarımız kapitalist söylemiyle bizlere neyi nasıl düşünmemiz gerektiğini dikte etmektedirler. Moller, serigrafilerin bu düzenin ezilen küçük insanlarına sokakları tekrar ele geçirebilmeleri ve seslerini duyurabilmeleri için bir şans verdiğinin altını çizmektedir (MacPhee, 2009).

Serigrafiler, binin altındaki basımlarda ucuz bir yoldur. Ayrıca hızlı bir üretim sürecine sahiptir. Bu açıdan sosyal bir olaya anında tepki verebilmeyi mümkün kılmaktadır. Tekniğin kendisinin basitliği her kesimden insanın ilgisini çekmektedir. Çünkü bu tekniği uygulamak için herhangi bir sanatsal yetenek gerekmemektedir. Böylece serigrafi pek çok insanı üretim ve dağıtımda yer almaya teşvik etmektedir. Daha çok insanın sürece dahil olması mesajın da kuvvetini arttıran bir unsundur. Böylelikle iş gücü ürettiği mesaja da yabancı kalmamaktadır. Burada bir çelişki söz konusudur. Baskılarımız sürüden ayrılabilmek için az sayıda elle basılmalıdır. Eğer politik grafik baskının amacı fikri iletişim kurmak ve bu fikirlerin olabildiğince fazla insana ulaşması ise; kitlesele üretim çağında elde yetmiş adet afiş basmak gerçekten anlamlı mıdır? Elle baskı bilmesinin pek çok sorusundan sadece biri. Tahta kalıbın üzerine boya vermek ve elekten ragleyle boya çekmek eylemlerinde; baskıcı, baskı ve izleyici arasında çok güçlü bir bağ oluşturan bir şeyler bulunmaktadır. Bu bağın neler yapabileceği konusunda emin olunamaz (MacPhee, 2009).

Anlatım olarak yüksek baskı yöntemlerin tercih eden Dragon Dance Theatre'dan Sam Kerson, bu tekniğin hemen her yerde kısıtlı imkanlarda baskıya olanak tanınması ve hassasiyeti ile duygu, düşünce, ruh halini yansıtmışına izin verdiğini vurgulamaktadır. Görsel bu şekilde kişiselleşmesini özellikle bir tercih sebebi saymaktadırlar. Günümüzde bulunduğumuz elektronik ortamın bizlere sağladığı kusursuz dijital baskıların yerine bu tekniği tercih etmelerinin sebebini ise; yıllardır çalıştıkları bu tekniği olan hakimiyetleri, yıllar içinde geliştirdikleri görsel dil ile izleyicileri ile kurdukları iletişim, bu yolla dünyada olup bitene verdikleri tepkideki katılımcılık olarak açıklamaktadırlar. Ayrıca yaptıkları kimi işlerin kitlesel düzeyde karşılık bulması ile, dünya görüşlerini kamuya ulaştırdığını ve karşıt görüşlerinin bu yolla bir toplumsal tartışma ortamı yarattığına da sevindiklerini dile getirmektedir (MacPhee, 2009).

Maureen Cummins, baskı ve geleneksel yöntemleri kullanarak kitap ve baskılar üreten bir sanatçı. Yıllardır kullandığı her yöntemi geleneksel olarak uygulamakta; harfleri tek tek eliyle dizmekte, kitapları eliyle ciltlemekte, bulduğu malzemelerle, farklı ve rahatsız edici bir dil yaratmaya çabalamaktadır. “Neden?” sorusunun cevabının ise; neden bir şeyler yarattığı ile alakalı olduğunu vurgulamaktadır. Sanatın kendisi için bir işe yararlık veya, çabucak bir şey yapma durumu olmadığını; stüdyosunda, ne yapmaya ve söyleyeceğine karar verinceye kadar malzemeleri ile geçirdiği sürecin ta kendisi olduğunu anlatmaktadır. Ruhani olarak geçmişle ilişki kurmanın da üretim sürecinin bir parçası olduğuna dikkat çeken Cummins, günümüz kültüründe atalarımızın izine halen ihtiyacımız olduğunu savunmaktadır. Başka bir ihtiyacımızın ise ellerimiz ve bedenimizi kullanmak olduğuna; yeni medyada hücrelerimizin hafızasındaki malzeme ile iletişim kurma durumunun bulunmadığına ve ilk elden tecrübelerin üretime büyük katkı sağladığının altını çizmektedir (MacPhee, 2009).

Grafik baskı ile ilgili en sevdiği şeyin insan ölçeğinde bir iş başarıp, baskının kendisini gerçekleştirmek olduğunu dile getirmektedir, Jesse Goldstein. İçinde yaşadığımız kültürün, eşsiz olanı sanatsal deha olarak değerlendirdiği ve çoğulluğu ise her zaman pazar olarak gördüğünü vurgulamaktadır. Oysa grafik baskıyı çok sayıda

olup azınlığı hitap eden bir sanat biçimi olarak değerlendirmektedir. Çünkü elli altmış veya yüz baskı yapacağınızı ve bunun da insani bir çokluk olduğu üzerinde durmaktadır (MacPhee, 2009). Bu baskıları paylaşacağınız insanların da sizinle benzer beğenilere sahip olacakları ve mesajla direkt iletişim kuracakları açıktır. Bu durumda pazar mantığına kapılmadan bir üretim gerçekleşecektir.

Tipo baskı ile işler üreten Dan S. Wang, son yıllarda tipo baskının dirildiğini ancak yeni harfler üretilmediğinden yakınmaktadır. Eskiye harf kalıpları yerine yeni nesil polimer kalıpları kullanmakta, bu da elle oyulmuş tahta blokları tarihin sayfalarına gömmekte ve pratikte işlevsiz kılmaktadır. Wang, bu durumda el yapımı kalıpları kullanarak tipo baskı yapmasının nedeninin bu nadir ayrıcalığı yaşama isteği; kökleri ondokuzuncu yüzyıla dayanan erken baskı iletişim yöntemini deneyimlemek olarak açıklamaktadır. Ayrıca kitlesel iletişimin sermaye tarafından yönlendirildiği günümüzde, her uygulamalı anlam bir muhalefet; bu muhalefette baskının gücüne göre bir direniş oluşturabilir (MacPhee, 2009).

Walter Benjamin'in (1935) de teknolojik çoğaltılabilirliği vurguladığı makalesindeki gibi, günümüz gelişmiş teknolojisi karşısında pek çok sanatçı ve aktivistin, bir direniş aracı olarak grafik baskıyı yeniden keşfetmesi şaşılacak bir şey değildir. Aynı kendin yap kültüründeki gibi grafik baskının günümüz kullanımı, güzel sanatların yanı sıra, kapitalist dünyanın kolonileştirmeye çalıştığı beyinlerimizin elleriyle kurduğu bir direniş bağı olmaya başlamıştır. Pek çok muhalif ses ruhani, vicdani, politik, ekonomik, kültürel sebeplerden dolayı günümüz üretim biçimlerine grafik baskıyı kullanarak karşı çıkmaktadır. Sadece bireysel bir anlatım olarak kalmayan baskı, söyleniş biçimi olarak toplumsal bir etki yaratmaya çok açıktır. Bunu kitlesel üretim ile değil ancak sınırlı sayıda çoklu üretimle gerçekleştirir. Tıpkı Homo Interneticus'un aslında binlerce arkadaşı olmayacağı gibi, bilimsel ölçüde mantıksal bir sayıda üretim yapılan grafik baskı doğru kişilere ulaşma şansını da böylece yakalar (Krotoski, 2010).

3.2 Kişisel Anlatım Tarzı Olarak Grafik Baskı

Grafik baskı bir zamanlar kişisel, işin erbabı için tasarlanan, sınırlı sayıda basılan ve portfolyolarda gözlerden uzak saklanan bir sanat formuydu. Yirminci yüzyıllar birlikte, linol gibi ve daha düşük maliyetli tekniklerin gelişimi ile baskıların toplumsal yaygınlığının arttığı görülmektedir. J. Lyons&Co. gibi basım evlerinin, sınırlı basım litografileri 1940'lara kadar bu görünürlüğü arttırmıştır. Ancak altmışlı yıllara kadar grafik baskı, sanatçıların birincil odaklarını oluşturmamaktaydı (Saunders & Miles, 2006). Picasso gibi, ressam ve heykeltıraşlar, genellikle ikincil bir ifade aracı olarak baskıyı kullanmışlardır. 1960'larda Amerika'da Gemini GEL ve İngiltere'de Kelpra Stüdyo gibi kurumlar sanatçıları grafik baskının olanaklarını keşfetmek üzere cesaretlendirmiştir (Saunders & Miles, 2006; The Tate Gallery, 1980). Resim ve heykelin yanında ilk kez bu stüdyolarda üretilen grafik baskılar, bireysel dışa vurumlar olarak vücut bulmuştur.

Altmışlı yılları, grafik baskının güzel sanatlar seviyesine yükselişinin tarihi olarak kabul etmek mümkün olabilir. Çünkü önceki bölümlerde de görüldüğü gibi, grafik baskı aslen, üretim açısından hiç ara vermemiştir. Ancak propaganda ve reklam dışında da bir uygulama alanı bulamamıştır. Yeni malzemelerin ve fotoğrafın icadının, temsili sanatta yarattığı değişime grafik baskı altmışlı yıllarda dahil olmuştur. Bu dönemden önce grafik baskı bir iletişim aracı olma durumunu ve işlevselliğini sürekli olarak korumuştur. Bu sebeple sanat tasarım ayrışması yaşanırken de tasarım alanına dahil olmuştur. Altmışlarda bireysel anlatım biçimi olarak kullanılması ile grafik anlatım içerisinde de yaşanan sanat ve tasarım ayrımı, uzun yıllar ve hatta günümüze dek sürmüştür. Belki bu sebeptendir ki, ülkemizdeki güzel sanatlar eğitimi veren kurumlarda hem resim hem de grafik bölümlerinin içerisinde baskı atölyeleri kurulmuştur. Oysa Avrupa'nın en köklü sanat okulları baskıyı grafikten hiç ayırmamış ve grafik bölümlerini bilakis tarihsel tabanını dayandırdığı üretim biçimi olarak; grafik baskı eğitimi üzerine yapılandırmıştır.

Önceki bölümlerde de değinildiği gibi, altmışlı yıllardaki sanatsal ve sosyal etkilerin yönlendirdiği baskı üretimleri son derece deneysel baskılar ortaya çıkartmış;

yeni yönelimler yaratmıştır. Son yirmi yılda, grafik baskılar her zamankinden daha ulaşılır olmuştur. Artık ikincil, yan veya tamamlayıcı bir dışavurum biçimi değil, bizzat sanatçının eyleminin merkezi haline gelmiştir (Saunders & Miles, 2006). Günümüzde yeni teknolojilerin avantajlarını kullanan grafik baskı, bir yandan eski düzeni devam ettirirken, diğer yandan deneysel özgürlüğü sayesinde, görsel sanatların içerisinde, heyecan verici ve sürekli meydan okuyan bir disiplin haline gelmiştir.

1998 yılında yapılan Orta Amerika Baskı Konsey'i, düzenlediği Konferansta, baskıyı tekrar tanımlamaya çalışmıştır. Cranbrook Sanat Akademisi'nden Steve Murakishi, düzenlediği panel oturumunda katılımcılardan "Baskının Gözden Geçirilmesi" üzerine konuşmalarını istemiştir. Aynı oturumda Murakishi, baskıyı yeniden tanımlarken, bir tasarım disiplini olarak ele almıştır. Oturumun konuşmacılarından Kathryn Kramer, baskının tarih yazımcılığı açısından eksikliğine ve sanat tarihi ve eleştirisi açısından ihmal edildiğine dikkat çekmektedir (Reeves, 2000).

3.2.1 M/M Paris Örneğinden Hareketle Çağdaş Sanatta Grafik Baskı

"Sanat mı, tasarım mı?" sorusu, M/M Paris'in işlerindeki asıl kısmı kaçırmaya yol açabilir. Her iki alanı da kullanan M/M Paris, anlamsızca sınırları sikkileştirmekten daha ziyade; karmaşık şekilde grafik tasarımın ötesinde bir anlayışla her iki alanı da kucaklamaktadır. Mathias Augustyniak, her disiplinin kendi başına varlık gösterdiğini, sanatçıların uygulamalı sanatlardan etkilenmesinin bizlere sanat alanında bütünleşme şansı sunduğunu söylemektedir (Coles, 2006). M/M Paris güncel sanatla ilişkilenen grafik tasarım öncülerindedir. 1990'ların ortalarında sanatçı ve küratörlerle çalışmaya başlayan M/M Paris'in, yaklaşımı her zaman aynı olmuştur: ortaya çıkan probleme yenilikçi, şiirsel cevaplar getirerek; işbirlikleri oluşturmak (Coles, 2006). 1999 yılında Venedik Bienali'nde "About" filmi için yaptıkları duvar resmi ve ayrıca internet pavyon için oluşturdukları afiş ile (Resim) sanat dünyasının dikkatini çekmişlerdir. Ayrıca 2000 yılında Popidou Sanat Merkezi için hazırladıkları katalog ile sanat dünyası ile olan ilişkilerini pekiştirmişlerdir. Fransız Sembolist sanatçı Gustave Moreau ve pop sanatçısı Richard Hamilton'dan, Björk'e

kadar pek çok esin kaynağı olan grup, en eski tekniklerden bilgisayara kadar her türlü aracı kullanmaktadır (Dahlqvist, 2001).



Resim 52: M/M Paris, Centre Dramatique de Bretagne için Afiş, 2008, 1 renk serigrafı baskı, limitsiz, 120 x 176 cm

M/M Paris 2010-2011 Kataloğu, s.46

M/M Paris, tek bir tasarım yaklaşımına sahip olmasa da; uyarlama yetenekleri sayesinde her tür müşteri ile ilişki içine girebilmiş ve isteklere saygı duysalar da her zaman kendilerine özgü bir tavır geliştirmişlerdir. Grafik alanının Paul Rand, Neville Brody gibi bireyselleriyle aynı doğrultuda M/M Paris de grafik tasarımı satışları arttıracak bir cila, ışıltılı, yüzeysel bir uygulama olarak görmemektedir. Grafik tasarım onlar için, kurumun veya şirketin etrafındaki dünya ile kurduğu iletişimin bir köşe taşı niteliğinde olmalıdır (Dahlqvist, 2001). Coles (2006), M/M Paris'in kav-

ramsal sanatın oluşturduğu temeller üzerinden grafik tasarım alanında çalışmayı tercih ettiğini vurgulamaktadır. M/M Paris iyi grafik tasarımın, güncel sanat ile aynı politik ve sosyal konuları ele alması zorunluluğunu ortaya koymuştur. İkili pek çok sanat gösterisinde ve galeride sergilere katılsa da, Dahlqvist (2001), sanatçı olmak gibi bir kaygı gütmediklerini, modern sanatlar müzelerinde tozlanmaktan ve elitist sanat dünyasının sınırlı izleyicisine mahkum olmaksızın, ticari ağlarda grafik tasarımcı olarak çalışmayı tercih ettiklerini aktarmaktadır. Dahlqvist (2001), M/M Paris'in günümüzün şizofreninin normal sayıldığı geç-kapitalist toplumunu, çağın pek çok önde gelen sanatçının yaptığı gibi; hem sorguladığı hem de oluşturduğu görüşündedir. M/M Paris, tasarımın kendilerine, pak çok bakış açısını birleştirmek ve bireylerin mevcut iletişim ağları ile ilişkilerini şekillendirme şansı verdiğini söylemektedirler (M/M Paris, 1998).



Resim 53: M/M Paris, Frankfurt Sanat Merkezi, afiş sergisinde bir görüntü, 2005

<http://artnews.org/artist.php?i=1586>

Emily King (2003), 14. Uluslararası Chaumont Afiş ve Grafik Tasarım Festivali Kataloğunda M/M Paris'in afişleri üzerine, geleneksel çerçevelerin içerisinde, uslu uslu oturmayı reddeden; aksine kağıdın genişliğini yayılmayı seven, yazıyı izlettiren, oyunlu, biraz üşütük, naif, belki agresif, ya da dekoratif ve hatta çirkin tanımlaması yapmaktadır. Rastgele görünüşleri izleyiciyi aldatabilir; halbuki her grafik tik, kambur, dikkatlice yerleştirilmiştir. M/M Paris kısaca afiş ilmiyle zararlı şekilde oynamaktadır. İzleyicinin bakışını yakalarlar ancak geriye pek fazla şey vermezler. Kendi dillerinde ama yüksek sesle söylerler, söyleyeceklerini (King, 2003).



Resim 54: M/M Paris, Duvar Kağıdı Afiş 1.4, 2001, 4 renk serigrafı, limitsiz, 120 x 176 cm

M/M 2010-2011 Kataloğu, s.43

Afişlerinin önemli bir kısmını oluşturan, Lorient'deki tiyatro, 1996'da ilk afişler sokaklara uzaylı gibi dursa da zaman içerisinde, yerelleşmiş, kabullenilmiş, bağ kurulmuş ve koleksiyon amaçlı toplanmıştır. (Resim 52) İkinci Dünya Savaşı sonrası Polonya afiş sanatında rastlanılan, yerel tavır, dolanbaçlı anlatım ve provakasyonu taşımıştır (King, 2003). Lorient afişleri ile anlamı genişletmek ve çerçevenin ötesinde taşımak adına M/M Paris'in çalışmalarında bir yönelme görülmektedir. Sadece afişi değil sergileneceği mekanı da tasarlayan M/M Paris, pek çok sanatsal ser-

gilemede duvarları serigrafi ile basılmış afişler veya grafik görsellerle kaplamaktadır. (Resim 53-55) Bunu yaparken kullandıkları tüm afiş yapılarını serigrafi baskı ile üretmektedirler. Bir roportajda özellikle bunu tercih etmediklerini, sadece üretim biçimlerinin bu olduğunu vurguluyorlar. Sadece imkasızı başarmak gibi bir amaçları olmadığını ve hayatı olduğu gibi, yanlışları ile yansıtmaya çabasında olduklarını ve serigrafinin de buna izin verdiğini söylüyorlar (Design Museum, 2004). Alice Rawsthorn (2008), aktardığı gibi M/M Paris, Talouse Lautrec ve Cassandre'nin geleneğini yeni yüzyıla taşımaktadır. (Resim 56)



Resim 55: M/M Paris, Endlesserpentine, sergileme, iki taraflı, 1 renk serigrafi baskı, limitsiz, 2008, 120 x 176 cm

M/M Paris 2010-2011 Kataloğu, s.22



Resim 56: M/M Paris, Haunch of Vension Galerisi, sergi, 2006

<http://www.artnet.com/artwork/424514075/161/exhibition-view-including-double-hobnob-figures-and-moquette.html>

3.2.2 Protest ve Politik Bir Tavır Olarak Grafik Baskı Üretimi

Kamusal sanat olarak baskı kullanımı çok eskilere dayanmamaktadır. Genellikle sanatsal baskılar kişisel koleksiyonlarda saklanmıştır. Art Nouveau ile birlikte, reklam amaçlı olarak baskılar sokakta görülmeye başlasa da; sanatsal baskının kamusal sanat olarak kullanımı bir malın reklamını değil kendi kavramsal içeriğini satmaktadır. Sanat her zaman kamusal alanı kullanmıştır ve kamusal sanat diye bir kategori mevcuttur. Ancak kamusal sanat çoğunlukla akıllara anıtlar, heykeller, mozaikler ve duvar resimleri gibi kalıcı eserleri getirmektedir. Kamusal alan için baskı üreten sanatçılar çoğunlukla, apaçık ortada olan, ısrar eden ve hali hazırda sokaktaki ilham verici görsellikten yararlanmaktadır ki bu; pek çok formuyla reklamın kendisidir (Saunders & Miles, 2006).

Şehrin mobilyalarını kullanan sanatçılar, toplumsal mesajlarını biraz da reklamın diline kayarak kitlesel iletişime dönüştürmektedir. Guerilla Girls (Resim 43) gibi billboardları kullanan pek çok sanatsal grup ve sanatçı, günlük hayatın içine sızmayı başarmıştır. Barbara Kruger'ın tipografik uygulamaları (Resim 58) mekanların içini ve dışını işgal ederken, özellikle metro istasyonları, şehir mekanları arasında popüler alanlar olmuştur. Janette Parris (Resim 59), Mark Titchner (Resim 57), metro istasyonlarının yoğun popülasyonunu izleyici kitlesi olarak seçmiştir.

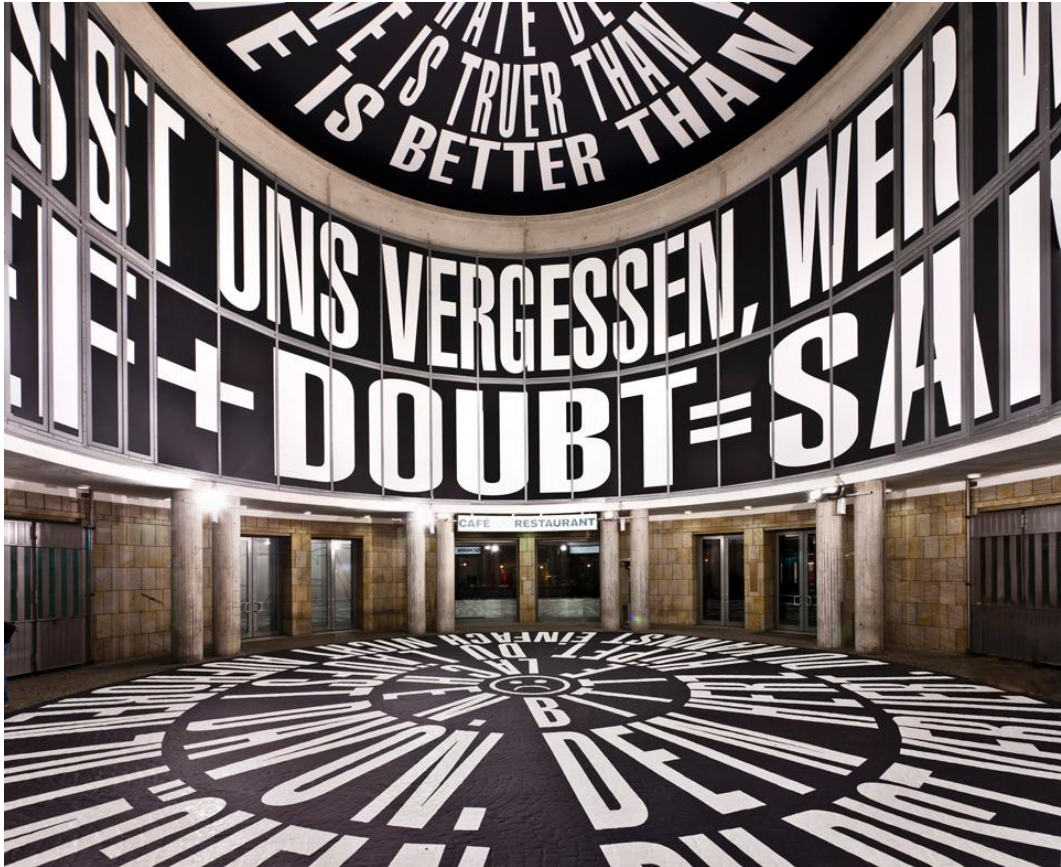
Şehir mekanlarının sanatsal ifade alanları olarak kullanılması durumu, sanatın toplumsal alanda var olma çabasının bir göstergesidir. Bu açıdan, sanatın reklama yaklaşması da kaçınılmaz bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü günlük algıların içerisinde yer alabilmek için; Art Nouveau'dan bu yana insan hayatına giderek daha da hakim olan reklamın dili, şüphesiz en kuvvetli görsel mesaj iletme yolu olmuştur. Art & Copy (Sanat ve Kopya) adlı belgeselde ele alınan reklam dili ve özgülüğe ulaşma çabası, son sahnedeki çarpıcı bir sözle sonuçlanmaktadır. "Neticede, reklam her zaman sanata ulaşma çabası içerisindedir." (Beauchamp, Souder, & Sexton, 2009). Son yıllarda sanatın da reklamın gücüne öykündüğü görülmektedir.



Resim 57: Mark Titchner, Circuit Afiş Serisi, Gloucester Road İstasyonu, Londra Metro'su, 2004

<http://art.tfl.gov.uk/projects/detail/1126/#10>

Kamusal sanatın uygulama alanlarını kullanan pek çok grafik tasarımcı ve tasarımcı da, bu mekanların izlenme veya zorla etki altına durumundan yararlanmaktadır. Sanatsal olduğu kadar politik ve toplumsal mesajları bu yolla kamusal alana taşıyan tasarımcı ve sanatçılar, uygulamalarında reklamın görsel hiyerarşisini, slogan üzerinden oluşturduğu tipografiyi, özenle kurgulanmış sayfa düzenini de taklit etmektedirler. Bu durum, çağdaş sanatın anlatım biçimlerine uzaktır. Bu nedenle bir politik veya protest tavrı kamusal alana taşıyan tasarımcı ve sanatçılar, kamusal alanın diline kullanmaya belki de kendilerini mecbur hissetmektedirler.



Resim 58: Barbara Kruger, Schirm Kunsthalle Frankfurt, 2010

<http://www.domusweb.it/en/news/barbara-kruger-circus/>



Resim 59: Janette Parris, Going South, Londra Metrosu, dijital baskı, 2004

<http://art.tfl.gov.uk/projects/detail/1365/>

Banksy, son dönemde en çok dikkat çeken sokak sanatçılarından birisidir. Sokağın fiziksel ortamında oldukça politik söylemlerini dışa vuran sanatçı, sokak sanatının iç mekana taşınmasına da karşı değildir. Günlük hayatın içinde eriyip giden ve köşeyi döndüğünüzde sizi şaşırtan görselliği ile oldukça etkili bir dil yakalamıştır. (Resim 60) Banksy, kalıp baskı “stensil” tekniğini ustalıkla kullanmaktadır. (Resim 61) Sokağın kendi dinamiğine uygun olarak oluşturduğu, karikatür vari işleri pop kültüründen ağır izler taşımaktadır. Warhol’un devasa Mao baskısı gibi şehrin duvarlarına yüklenmiş imgeler, insanı hem düşündüren hem gülümseten, eleştirel ve ince bir mizaha sahiptir.



Resim 60: Banksy, stensil ve boya

<http://www.banksy.co.uk/newoutdoors/index3.html#>



Resim 61: Banksy, stensil ve grafiti

<http://www.futuristika.org/trend/politik/ortadoguda-cocuk-oldurme-sanati/>

Shepard Fairey ise son yılların belki de adından en çok söz ettiren grafik tasarımcılarından birisi. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'ndeki 2008 seçimleri sırasında Barrack Obama için hazırladığı afişler (Resim 62), bir estetik harekete öncülük etmiş ve tekrardan politik imajlar üretilmesini tetiklemiştir. Lise yıllarında kalıp baskılarla tişört üreterek başladığı basık serüvenini bugün, serigrafı ve yine kalıp baskılarla, sokak eksenli olarak sürdürmektedir. Genellikle propaganda stilini benimseyen sanatçı, kendi ikonografisini yaratmıştır. Kendisini bu üretime başlatan şeyin duruma alakasız kalmak korkusu olduğunu ve anlamlı bir şekilde hayatın içinde var olma isteği olduğunu söylemektedir. İşin ilginç tarafı kendine sanatçı olarak değil görsel iletişimci olarak görmektedir. Sanatçı Ron English, Fairey'i çağımızın Andy Warhol'u olarak tanımlamaktadır (Art or Not? Shepard Fairey, 2010).



Resim 62: Shepard Fairey, Barack Obama için seçim kampanyası afişi, Los Angeles, 1 Şubat 2008, fotoğraf: Leopold Lambert

<http://boiteaoutils.blogspot.com/2008/02/obama-in-la.html>

Fairey özellikle işlerinin sokaklara asıldığı zaman değer kazandığını düşünmektedir. Çünkü bir katman olarak duvara yapıştırılan veya boyanan mesaj, ona yapılan müdahalelerle birlikte anlamlandırılmaktadır. İşlerini bir anlama güzel sanatlar düzleminde değerlendiren sanatçı, işlerinin bir kaç düzeyde değerlendirilmesi gerektiğini düşünmektedir. İlk etapta ikonik bir görsel anlatımla karşılaştığını ancak, detaylarda gizlenen pek çok ifade olduğunu vurgulamaktadır.(Resim 63) Özellikle ulaşılabilir ve popülist olmayı hedefleyen sanatçı; bu nedenle özellikle serigrafik baskı tekniğini tercih etmektedir (Fairey, 2006). Hem sokak sanatı yapıp hem de müzelere girmenin bir arada yapılabileceğini savunan Fairey, mümkün olduğunca fazla insana ulaşmayı hedeflemektedir. Böylelikle insanları daha önceden düşünmedikleri şekilde

düşünmeye yönlendirmek ve her şeyi sorgulamalarını sağlama çabası içerisindedir. Günümüz sermaye tabanlı yaşamında, engel olmadan ulaşılabilir çok az şey olduğundan; sokak sanatından asla vazgeçmeyeceğini ve bu anlamda bedava iş üretmekten çekinmediğini söylemektedir. Baskı teknikleri sanatçı için sınırlı kalıp, yine de fazla insana ulaşmanın yollarından biri olarak görülmektedir (Fairey, 2009).



Resim 63: Shepard Fairey, Sokak Sanatı, Duvar kaplama, serigrafik baskı

<http://www.youtube.com/watch?v=VXmN7U93H7o&feature=related>

Fairey, “Imperfect Union” (Mükemmel Olmayan Birliktelik) başlıklı sergisinin hazırlıkları sırasında yapılan kısa bir söyleşide, baskılarını üçyüz adet kadar satış amaçlı çoğalttığını ve bir kaç yüz kadarını da sokaklara asmak için ürettiğini dile getirmektedir. Ayrıca farklı yüzeyler üzerine yaptığı baskılar ile herkesin ulaşabileceği bir fiyat yarattığını söylemektedir (Fairey, 2007). Kapitalizm karşıtı söyleminin yanı sıra yapıtlarını sattığı gerekçesi ile ikiyüzlü olmakla suçlanabileceğini; ancak kışkırtıcı mesajlar içeren işlerinin kendisine bu yönden vicdan rahatlığı sağladığını düşünmektedir. Sistemin içerisinde olup, sisteme karşı ses yükseltilebileceğini göstermektedir. Tüketici, girişimci ve sanatçı olarak kapitalizme karşı olumlu bir rol üstlenebileceğini dile getirmektedir. (Fairey, 2007).

Sanatın kişinin kendisi için yaptığı bir üretim olarak tanımlarken; kişinin kendi sözünü söylediği şeyin sanat nesnesi olduğu görüşündedir. Los Angeles Times yazarı Suzaanne Muchnic, Fairey'nin işlerini sosyal içerikli sanat olarak gördüğünü dile getirirken; bizleri düşünmeye sürüklediğini dile getirmektedir. Coagula Sanat Güncesi'nden yazar Mat Gleason ise, tüm bu işlerin Shepard Fairey markasının tanıtımı olarak görülebileceği için sanat olmadığını ifade etmektedir. Galeri sahibi Johnathan Levine ise, genellikle güzel sanatlar dünyasının sokak sanatına burun kıvrması dolayısı ile bu tür üretimlerin sanat olarak değerlendirilmediğini ancak bunun gerçek hayatın içinden geldiğini ve kesinlikle sanatın ta kendisi olduğunu ifade etmektedir (Art or Not? Shepard Fairey, 2010). Buradaki ikilem tam da grafik üretimlerin sanat tasarım ikilemine benzemektedir. Ticari bir amaç ile yapılmadığı belli bir baskının internet üzerinden satılıyor olması, bu grafik üretimin sanat olup olmadığı noktasında ne gibi bir ayırım getirebilir? Milyonlarca dolara alıcı bulan eserler prestij kazanırken; Shepard Fairey gibi örneklenen pek çok üretimin neden dışlandığı sorusu, biraz da hakim sermayenin güdümünde olup olmamak durumunu ortaya çıkarmaktadır. Küresel ekonominin sistemini kullanıp; ona muhalif olma durumunu dile getiren çok grafik iş bu nedenle, güzel sanatlar statüsüne yükselmektedir.

Anthony Burrill, "Grafik tasarım dünyasındaki en tatlı insan", başka türlü bir aktivizmi hurufat baskı ile çoğalttığı afişlerine taşımaktadır. (Resim 64) Burrill, ticari, sosyal ve kültürel projelerde yer alırken; iknanın yanına pozitif olmayı koymaktadır. İşleri, basit ve aynı zamanda cesur, "Work hard and be nice to people" (Çok çalış ve insanlara iyi davran) gibi popüler ve sınırlı sayıdaki baskılar üzerine yoğunlaşmaktadır (Caridad, 2011). İçgüdüsel bir biçimde ele aldığı renk ve kompozisyonları, kelimelere espirili yaklaşımı başarısını beraberinde getirmektedir. Pek çok alanda iş üreten tasarımcı, British Library için politik içerikli afişler de üretmiştir. En çok kendinden söz ettiren işleri arasında Meksika Körfezi'ndeki sızıntı kaynaklı doğa felaketi üzerine yaptığı afiş (Resim 96-97) ve kendi ürettiği hurufat baskı afişleriyle taşıdığı mesajları gelmektedir. (Resim 64)



Resim 64: Anthony Burrill, Hurufat Baskı afiş, 2004-2011

<http://www.anthonyburrill.com/archive/woodblock-posters>

Patrick Thomas, İngiliz kökenli bir tasarımcı. Heller (2010), New York Times, Gallery 7’de açtığı sergi için; ikonlar çağında yaşadığımızı, her gün bilinçaltımızın işaret ve sembollerle bombardımana tutulduğu için artık ikonik terimlerle düşündüğümüzü yazmıştır. Thomas’ı “İkonografist” olarak tanımlayan Heller, popüler görselliğe dayanan grafik sanatının sürekli olarak yeniden tasarlandığını, yeniden düzenlendiğini, en yaygın yapıyıkları, toplumsal ve politik yorumlara dönüştürebildiğini söylemektedir.

Thomas, tanıdık ve aynı zamanda şaşırtıcı; rahatsız edici ve aynı zamanda rahatlatıcı bir görsel dil yaratmıştır. (Resim 65-67) Ayrıca işçilik açısından da son derece kaliteli işler sunmaktadır. Baskıları, zarif şekilde renklendirilmiş ve zekice ikna edicidir. İşlerindeki mesajları izleyiciye oltayı atmakta ve gerisini onlara bırakmaktadır. Güncelin işaretlerini oluştururken; pop kültürünün köşe taşlarını da anmaktadır (Heller, 2010).



Resim 65: Patrick Thomas, Guns and Guitars, 76 x 56 cm, 2 renk ipekbaskı,

http://www.nellyduff.com/index.php/art/artists/patrick_thomas/3/kalashnikovs_and_rickenbackers_red_blue

Patrick Thomas, kalıp baskının tüm olanaklarını deneyimlemektedir. Kalıpları spreylenmiş boya ile veya ipek yüzeyinde olsun, farklı kompozisyon ve anlatım biçimleri araştırmaktadır. Tekniği kullanım biçimi ve bu tekniği seçişi de kendi başına karşıt bir durum sergiler. Sınırlı sayıda basılmış işler, az ve öz ifadenin bir uzantısı sayılabilir. Ancak kalıp baskıları, sınırsız sayıda tekrarlanabilir olsa da; her tekrarında yeni bir biçim bulacağından yine de biriciklik rütbesine erişmektedir. Thomas'ı, protest kılan taban tabana zıt görsel mesajları bir araya getirmesidir denebilir. Oluşturduğu dilde insanı rahatsız eden bir birliktelik yakalamaya özen göstermektedir. Ancak bu birliktelik, zaman içinde olumlu anlamları da kendi içinden üretmektedir. İzleyici ile bu anlamda güçlü bir bağ kurmaktadır.



Resim 66: Patrick Thomas, Protest Stencil Toolkit Yerleştirmesi, Woodbridge & Rees Gallerisi, Londra, Mayıs 2011, kalıp baskı

<http://www.flickr.com/photos/studiolavista/5770956126/in/photostream>



Resim 67: Patrick Thomas, Protest Stencil Toolkit Sergisi, “Birşeylerin daha iyi olması için ne yapıyorsunuz?”, Woodbridge & Rees Gallerisi, Londra, Mayıs 2011, kalıp baskı

<http://www.flickr.com/photos/studiolavista/5770412249/sizes/o/in/photostream/>

3.2.3 Müzik Afişleri Üretiminde Grafik Baskı

Müzik afişlerinin serigrafisi ile üretimi şüphesiz, Saykodelik dönemle başlamıştır. Saykodelik afişleri doğal olarak müziği tema edinmiş ve en yaygın etkinlik alanı olarak uygulama bulmuştur. Çağdaş üretimlerde de bu etkiyi gözlemlemek kaçınılmazdır. 1978 yılında Seattle'e yerleşen Art Chantry, serigrafik müzik afişlerinde öncül sayılabilir. Chantry, özellikle grafik tasarımda dijital teknolojinin haki-miyetine düşmanlıkla yaklaşmaktadır. Chantry'ye göre, işverenler aracılığı ortadan kaldıran dijital teknolojinin masraflarını azalttığı için desteklemektedir. Birden grafik tasarımcılar, dizgisi ve tipograf konumuna getirilmiş; dizgiciler ve tipograflar ise renk ayırmacıları ve kalıpcılar olmuşlardır. Chantry, tüm bu stok imaj siteleri ve Photoshop'un tasarımcıları aynı zamanda illüstratör yaptığını söylemektedir. Diğer yandan bilgisayarın sayesinde herkesin tasarımcı olduğu bu dünyada, dijital teknoloji kullanan tasarımcıların en düşük rekabet şartlarına sahip olabilmek için binlerce dolar para ödedikleri bir ortam yaratılmıştır. Tüm bu değişik iş alanını yüklenen tasarımcıların, ekstra bir ücret almamalarını da eleştirmektedir (Chantry, 1998).



Resim 68: Art Chantry sergisinden bir görüntü, Philip Slein Galeri, St. Louis, Washington

http://www.artnet.com/magazineus/reviews/robinson/robinson11-8-05_detail.asp?picnum=14

Sırf altın bir çekiç sahibi olduğu için hiç kimse mimar olarak adlandırılmamaktadır. Dolayısıyla bilgisayar bir kişiyi tasarımcı ya da sanatçı yapamaz.

Tasarım, sanat bilgisayardan daha fazlasına ihtiyaç duymaktadır. Art Chantry, eski teknoloji ile üretilen her şeyin eski olduğu gibi bir yanılgı olsa da, alt kültürler gibi, şimdi her eski şeyin kendi koleksiyon dünyasını yarattığını aktarmaktadır. Seksenli yıllardan itibaren müzik dünyasını sarsan Kurt Cobain gibi alternatif isimleri takiben, her müziğin alternatif etiketi ile satılmaya çalışılmıştır (Chantry, 1998). Poppy Evans (2008), Chantry'nin işlerinde hamliğin verdiği bir güç olduğunu, neşeli ve parlak görünenin arkasında ilgiyi çeken ve sanatçının hünerini gösterdiği bir karanlık taraf bulunduğunu söylemektedir. Trendlerin ve pazarlamanın kaprisleri ile yürüyen bir alanda sürekliliğini sağlayan Chantry, yirmibeş yıllık tasarım serüvenine ilk günkü heyecan ile yaklaşmaktadır. (Resim 68)



Resim 69: Art Chantry, Minot State Üniversitesi'ndeki sergisinden bir görüntü, 2009

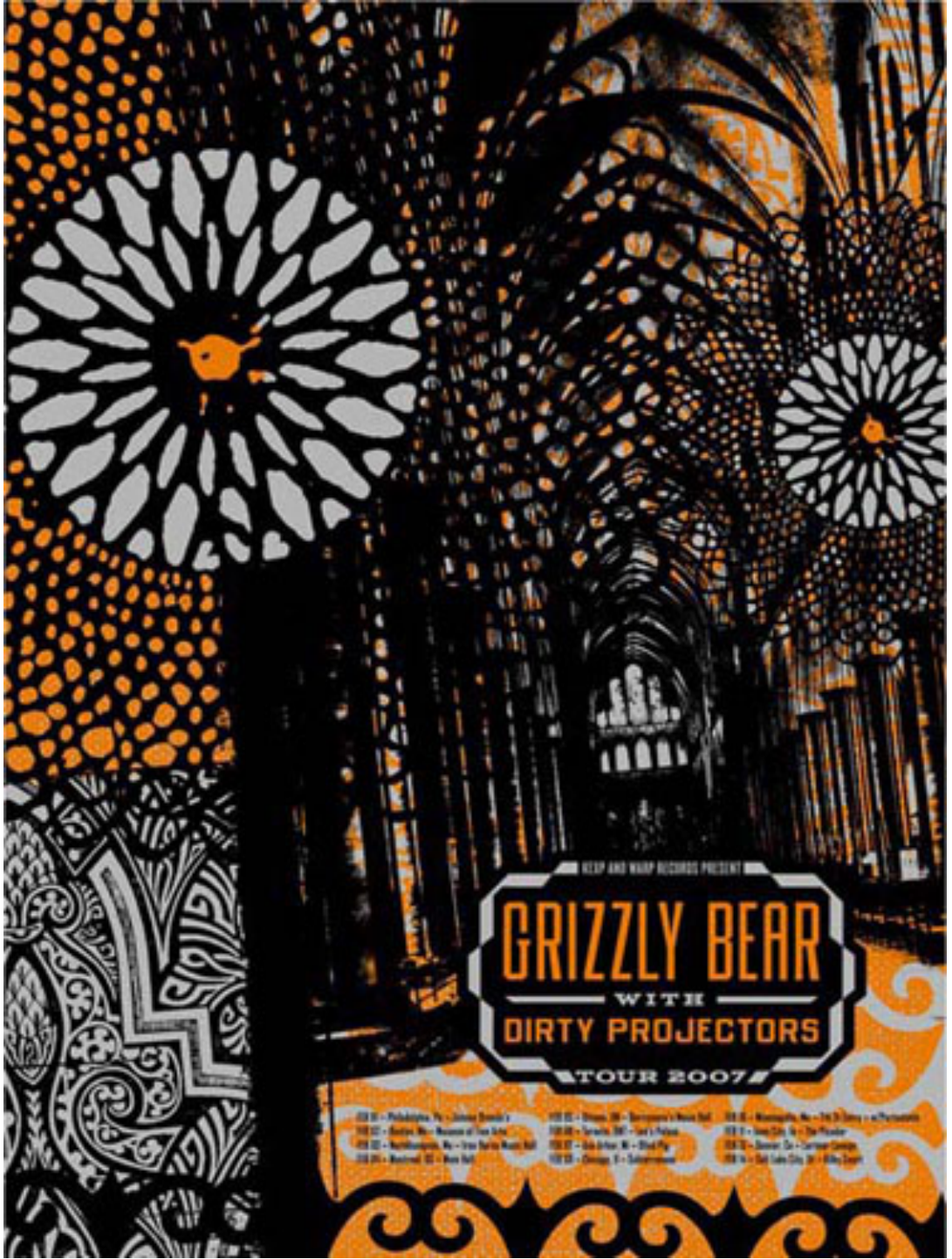
<http://1.bp.blogspot.com/-A90Cjann5ul/TnOSfONLcwI/AAAAAAAAA0g/ACPFaRLNjxA/s1600/Art+Chantry.JPG>

Okul yıllarında yaratıcı tarafıyla tanışan Art Chantry, genel olarak dikkat dağınıklığının iyi fikirler bulmada kendisine yardımcı olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca araştırmanın yaratıcı sürecinin vazgeçilmez bir ögesi olduğunu söylemektedir. Her müşterisi ile önemli bir öğrenme eğrisi gerçekleşmektedir. Ayrıca yirminci

yüzyıl yerel sanatçılarından esinleri işlerinde görmek mümkündür. (Resim 69) Chantry'nin esinlendiği kaynaklar kadar, kullandığı teknikler de gelenekseldir. Bilgisayar hiç bir zaman işin içine katmayan sanatçı, siyah beyaz eskizlerle işe başlanmakta ve baskı sürecinde afiş olgunlaşmaktadır (Evans, 2008; Chantry, 2002).

Günümüzde afiş gibi mecralarda ve hatta her görsel anlatıda yeni teknolojinin getirdiği kolaylıklardan birisi de görsel arşivin genişliği olmuştur. İnternet sonsuz bir görsel havuzu. Artık internetteki her fotoğraf veya görsel anonim olarak algılanmaktadır. Bunlara bir de kullanıma açılmış fotoğraf, film ve benzeri siteleri eklenecek olursa; bu görsel kütüphanenin genişliği hakkında sadece bir his elde edilebilir. İnternetin bize sağladığı bu ortamı tasarımcı ve sanatçılar, biraz da “ready-made” geleneğini sürdürerek; inanılmaz boyutlara taşımaktadırlar. Art Chantry'nin aksine, grafik baskı alanında Aesthetic Apparatus, internetin de yaygın kullanımının getirdiği, hazır görsel öge kullanımına yaklaşımını; kullanılan buluntu görsele yan anlamlar kazandırarak; görseli yüceltmek olarak açıklamaktadır (Ibarra & Byzewski, 2010). (Resim 70) Yine müzik afişleri alanında büyük bir üne kavuşan Jason Munn, hazır görsel kullanımına erken dönem işlerinde, kendi çizim yeteneğine güvenemediği için başvurduğunu dile getirmektedir. Ancak bu durumun aynı zamanda kendisine büyük bir öğrenme kapısı açtığını, böylelikle görsellerin kompozisyon içinde ne şekilde çalıştığını daha net kavradığını ifade etmektedir (Grain Edit, 2007).

Dan Ibarra (2010), grafik tasarımın bilgilendirici alanında belli şeylerin doğru yapılması gerekliliği üzerinde dururken; diğer yandan, duyguya, serbestliğe ve gri alanlara da ihtiyaç duyulduğunu söylemektedir. İzleyicinin yorumuna açık noktaların, müzik afişleri gibi mecralarda rahatlıkla bırakılabileceğini savunmaktadır. Afiş, illüstrasyon ve kitap kapağı gibi mecraların bu felsefenin yankı bulabileceği alanlar olarak görmektedir. Bu durumun sanata yaklaşma, tasarımın sanatsallaşması yönünde bir yönelişin somut belirtisi olarak görmek yanlış olmaz. Sonuç olarak, tasarım, zanaat ve sanatın günümüz görsel dünyasında birbirinden ayrılan yanlarını ayırmak çok kolay değildir.



Resim 70: Aesthetic apparatus, Grizzly Bear için Afiş, Turuncu baskılı kasap kağıda üzerine 2 renk serigrafî, 18" x 24", 2007

http://aestheticapparatus.com/products.php?subsection=posters&fs_page=7



Resim 71: Jason Munn, Low grubu için Afiş, 2008, Serigrafi

<http://chicagobiennial.org/2008/finalists/detail/Jason/Munn/526>

Grafik baskının izleyici kitlesi de büyük oranda değişiklik göstermiştir. Bir dönemin erbapları baskı izleyiciliğini sürdürürken; pek çok grafik baskı sanatçısı bu klasik çerçevenin dışında yer almaya başlamıştır. Bir grup sanatçı fiilen biricik işler üretirken; kimi sanatçılar, üretim sayısını belirtmeden, sadece bir sergide duvarı kaplamak için duvar kağıtları, el basımı duyurular, rozetler, kumaş çantalar çoğaltmaktadır. Kişisel promosyon veya yayımlarla birlikte “baskı”, var olan galeri ve sanat pazarının içeriğinden bağımsızlaşmaya başlamıştır (Saunders & Miles, 2006). Grafik baskı günümüzde güzel sanatlar alanı dışında da yoğun olarak kullanılmaktadır. Aslında baskılar artık market raflarından ya da otomatik makinelerden bile satın alınabilmektedir. Bir galeri veya sanat fuarından iş satın alacak ekonomik güce sahip olmayan insanlar, kamu projelerine biçim veren bir baskı ögesini bazen hiç para ödmeden sahip olabilmektedirler.



Resim 72: Aesthetic Apparatus, Spoon Müzik Grubu için Afiş, 2 renk serigrafî, 18" x 24", 2010

http://www.aestheticapparatus.com/products.php?subsection=posters&fs_page=6

Reklam sektörünün çoğunlukla uzak kaldığı bu biçim, küçük hedef kitleleri olan; müzik, edebiyat, sinema severlerin, egemen kültür dışındaki paylaşımlar için üretilen, ağırlıklı olarak afiş ve kitap, kart, kırtasiye ürünleri, defterlerin üretimi için kullanılmaktadır. Aesthetic Apparatus, Dan Ibarra ve Michael Byzewski'nin gerçek işlerinden arta kalan zamanda hoşça vakit geçirmek için kurdukları bir yan proje olarak hayat bulmuştur. Pek tanınmamış ve garip müzikler yapan gruplar için ürettikleri serigrafî afişler, zaman içerisinde küçük bir grup insanın ve tasarım düşünlerinin kalplerinde ve zihinlerinde yer edinmiştir (Ibarra & Byzewski, Biography).

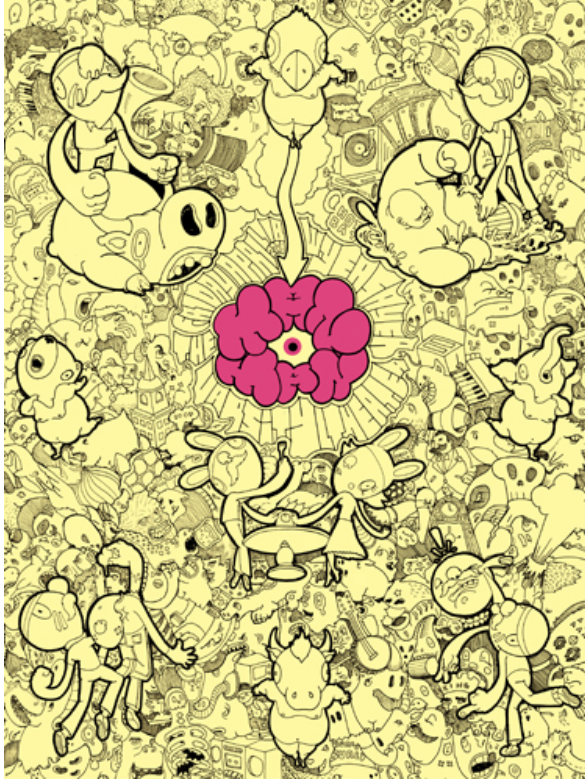
Dan Ibarra ve Michael Byzewski (2010), Savannah Sanat ve Tasarım Koleji'nde düzenlenen BFG İletişim Yaratıcılığında Tohumdan Girişimciler Konferansında yaptıkları sunumda, 1999 yılında internetin yaygınlaşması ile birlikte herkesin sanal ortama yöneldiği bir dönemde, bir anlamda sürüden ayrıldıklarını ve serigrafi afişler üretmeye başladıklarını; "Planet Propaganda" isminde Wisconsin'deki bir mekanda çalıştıklarını aktarmaktadır. Bu durumun pek de bilinçli olmasa da, nasıl kullanacaklarını bilmedikleri internete bir tepki ve hatta belki de bir bahane olduğunu vurgulamışlardır. Ancak internet teknolojisinin de başından itibaren Aesthetic Apparatus'un internet satışlarını mümkün kılmıştır. Eken dönem afiş üretimlerinde, organizasyonlardan bağımsız olarak; şehre gelecek müzik grupları için grafik baskı ile afişler yapmışlardır. (Resim 71)

Aesthetic Apparatus, kendilerini çağdaş afiş sanatçıları olarak tanımlamaktadır. Bir nevi internet sonrası yaşanan yeni Art Nouveau'ya gönderme yaparak, afişin sanatsal bir üretim olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Öte yandan küresel ekonomi güdümüzdeki sadece mal pazarlama odaklı yapılan afiş formatındaki işlerin, özünde afiş mantığı bulunmamaktadır. Yaptıkları müzik afişlerinde genellikle, grupların müziklerini ya da sözlerini görselleştirme çabası içerisindedirler (Ibarra & Byzewski, 2010). (Resim 72) Aesthetic Apparatus, bir yandan da başka tasarımları gelişi güzel birleştirerek yeni anlatımlar yakalama çabası içinde olan grup; afişlerin yanı sıra sanatsal baskılar da üretmektedir. (Resim 73) Kimi baskılarında deneme baskılarının rastgele üst üste gelmesinin estetiğini de kullanmışlardır. Bir dönem yoğun olarak buluntu görsellerle çalışan grup, kendi illüstrasyonlarını da baskılara taşımayı başarmıştır. (Resim 74) İllüstrasyonların devreye girmesi ile birlikte, eskiz aşamasının arttığını ve müziğe uygun görsel aramaktansa, kendi kompozisyonlarını yaratmaya daha çok zaman ayırmaya başladıklarını söylemektedirler. İşlerinde izledikleri diğer bir tekniğin ise, fiziksel olarak hazırladıkları kolajları, dijital ortama aktarıp serigrafiye uygun hale getirmek olduğunu açıklamaktadırlar. (Resim 75) Böylece son dönemde kendileri için çok önemli olan bir şeyi, bilgisayara dokunmadan tasarımı bitirmeyi başardıklarını aktarmaktadırlar (Ibarra & Byzewski, Creative Seed initiative: Aesthetic Apparatus, 2010).



Resim 73: Aesthetic Apparatus, Where's Keef, 19"x 25" , 4 renk serigrafi,

http://aestheticapparatus.com/products.php?subsection=Art%20Prints&fs_page=4



Resim 74: Aesthetic Apparatus, Man Man, 18" x 24", 2 renk serigrafı

http://aestheticapparatus.com/products.php?subsection=posters&so_page=2



Resim 75: Aesthetic Apparatus, Daniel Johnston için Afiş, 19" x 25", 3 renk serigrafı

http://aestheticapparatus.com/products.php?subsection=posters&so_page=2

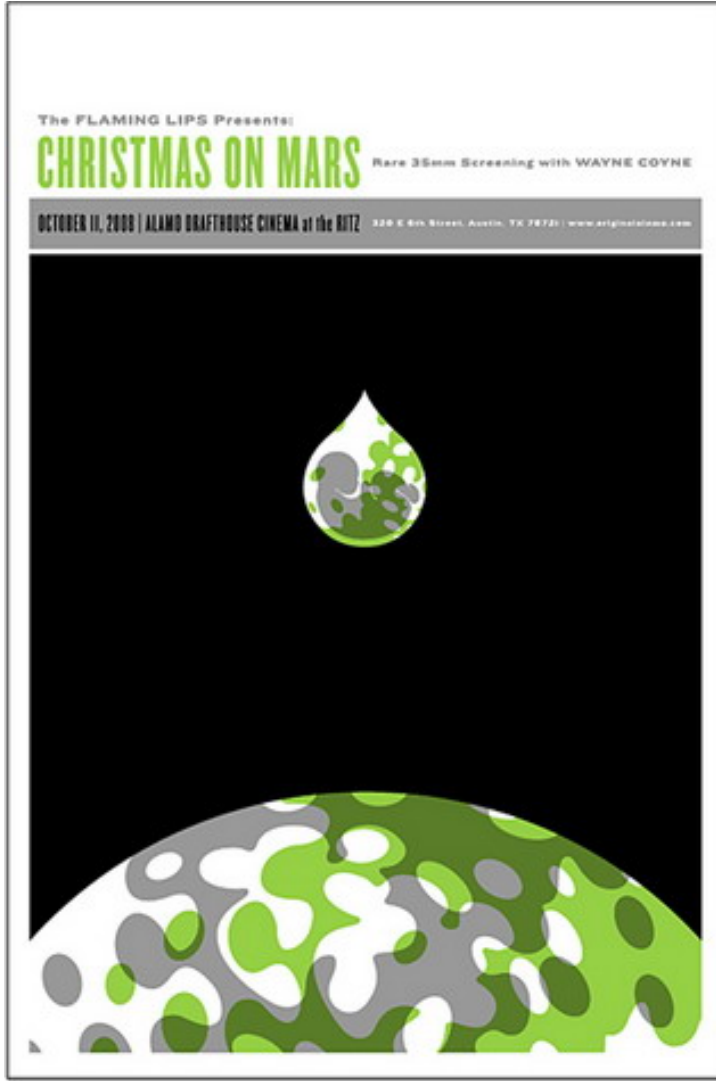
Bir diğerk müzik eksenli üretim yapan tasarımcı Jason Munn ise; “bağımsız müzik ve tasarım sevgisi ve sadece yapma aşkı ile eyleme geçmek” güdüsü ile üretim yaptığını vurgulamaktadır (John, 2011). Ayrıca kendisinin tasarıma ilgi duyma sebebinin dinlediğı müzikler ve büyürken gördüğü müzik albümü grafikleri olduğunu belirtmektedir (The Shimmy Shake, 2009). Ayrıca Munn, elde üretme tercihini de , bir şeyi tasarlamak, illüstre etmek ve onu kendi elleriyle basmak fikrini çok sevmesi şeklinde açıklamaktadır. Çoğu zamanımı bilgisayar önünde geçirdiğini dile getiren Munn, baskı yapmanın ellerini kirletmek ve konuşabilmek için çok güzel bir yol olduğu düşüncesindedir (Isaacson, 2007)

Munn, üretim sürecine elle yaptığı eskizlerle başladığını; ilerleyen süreçte her şeyin yerini kesinleştirdikten sonra bilgisayarda birleştirdiğini ve genellikle renklere bilgisayarda karar verdiğini belirtmektedir. Tamamlandığını düşündüğü işlerin renk ayrımını bilgisayar ortamında kolayca yapıp; baskı aşamasına geçen sanatçı, bu üretim biçiminin kendisini rahatsız etmediğini; aksine sınırlarla çalışmanın kendisini mutlu ettiğini ve işi güçlendirdiğini düşünmektedir (The Shimmy Shake, 2009). Jason Munn’ın güçlü ve basit afişleri bir yandan geleneksel afişin temel öğelerini taşıırken; diğerk yandan tamamen güncel ve taze olmayı başarabilmektedir. Özellikle altmışlı yılların sınırlı renk kullanımı ve tasarımındaki fikri görünür kılma durumunu özellikle sevdiğini ve işlerine yansıttığı görülmektedir (OK Great, 2009). Criswell Lappin, Munn’ın harf formlarının stilistik olarak büyük bir hakimiyet ve uyarlama becerisi oluşunu vurgularken; bu durumun harfleri görsel metaforlara evirdiğinin üzerinde durmaktadır (Lappin, 2007).

3.2.4 Rolling Road Show Gösterimleri ve Film Afişlerinde Grafik Baskı

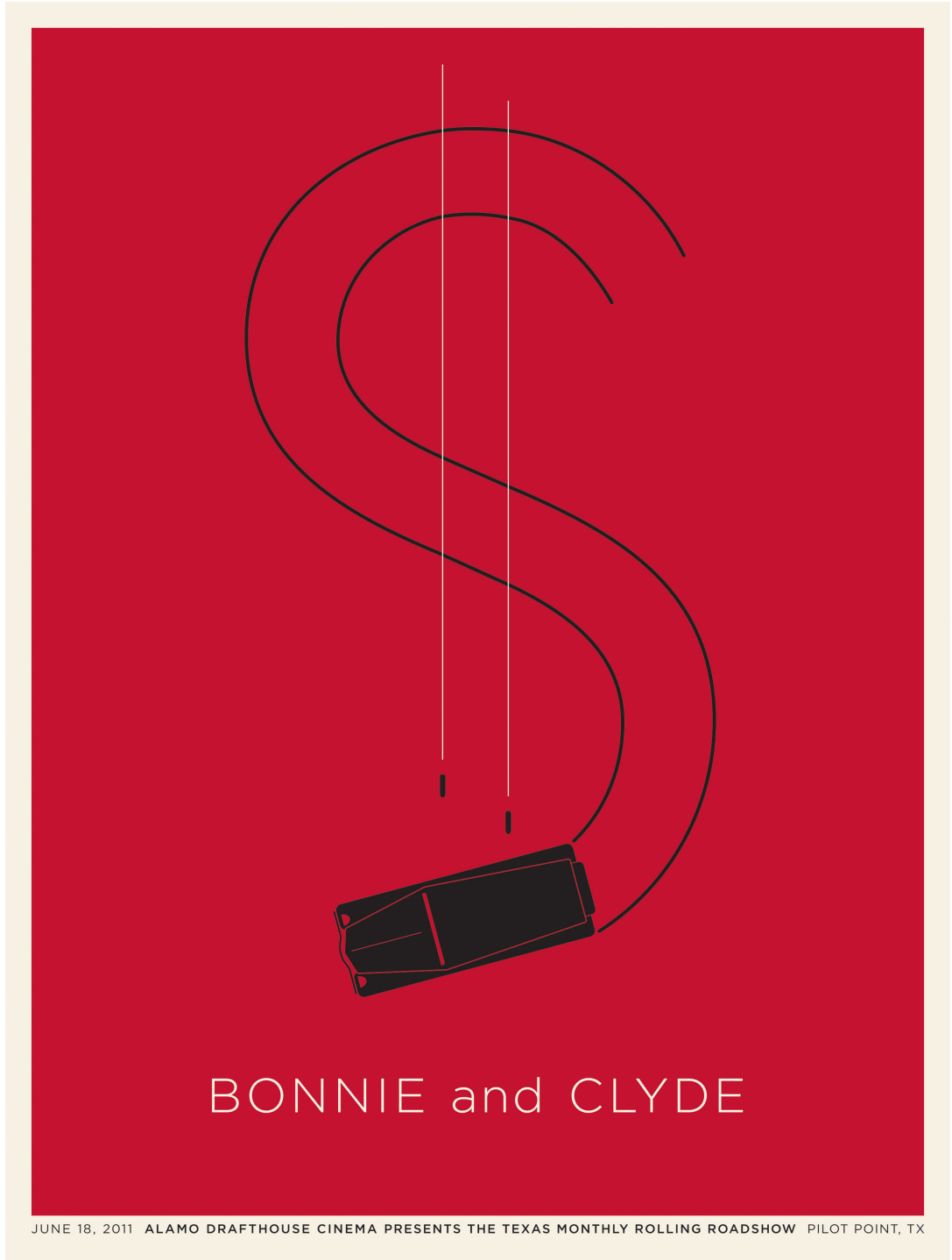
Munn, The Flaming Lips’in çektiğı “Christmas on Mars” adlı filme de afiş tasarımı yapmıştır (OK Great, 2009) (Resim 76). 2008 yapımı bu film afişi belki de 2011 yılındaki Rolling Roadshow gezici film gösterimlerinin film afişlerini yap-

masına olanak sağlamıştır. Alamo Drafthouse Sinema şirketinin “Ünlü Filmler, Ünlü Mekanlarda, Ücretsiz Gösterimler” teması ile düzenlediği bir etkinlik olan Rolling Roadshow, gösterilen filmler için tasarımcılara yeniden afişler sipariş etmektedir. Bu kapsamda Jason Munn 2011’de gösterimleri yapılacak, “Bonie and Clyde” (Resim 77), “The Searchers”, “The Texas Chainsaw Massacre”, “Blood Simple”, “Hud”, “Red River”, “Tender Mercies”, “No Country for Old Men”, “Giant” (Resim 78), “The Last Picture Show” filmleri için afişler tasarlamıştır. Çalışmalarını daha çok Photoshop ve Illustrator’da yapan sanatçı, farklı bakış açıları sağlaması açısından ve farklı görsellerle kıyaslama açısından bilgisayar ortamını daha verimli bulduğunu dile getirmektedir (Stern, 2011).



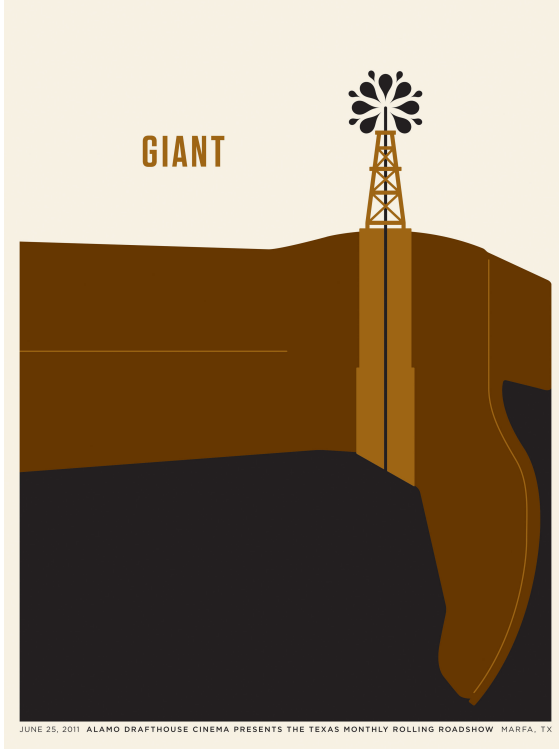
Resim 76: Jason Munn, Christmas on Mars Filmi için Afiş tasarımı, 2008, 24” x 36”, serigrafi

<http://postercabaret.com/christmas-on-mars-the-flaming-lips-poster-by-jason-munn.html>



Resim 77: Jason Munn, Alamo Drafthouse Cinema için Bonnie and Clyde film afişi, 2011, 2 renk serigrafisi 18" x 24"

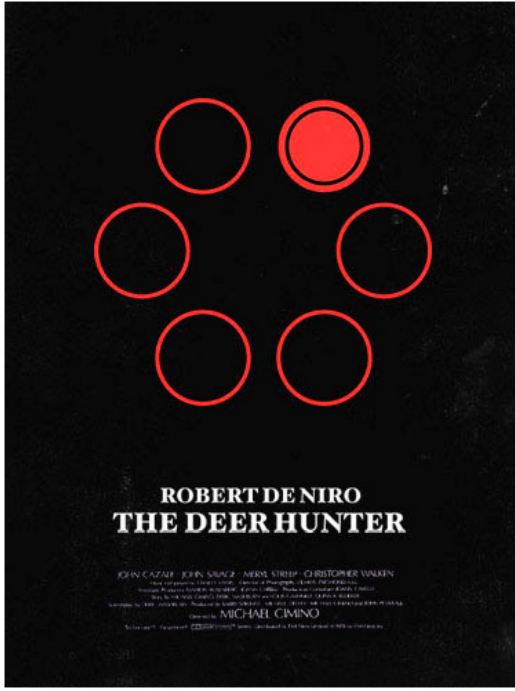
http://jasonmunn.com/out_of_print_poster.php?name=RollingRoadshow_BonnieClyde



Resim 78: Jason Munn, Alamo Drafthouse Cinema için “Giant” afişi, 2011, 3 renk serigrafı, 18” x 24”,

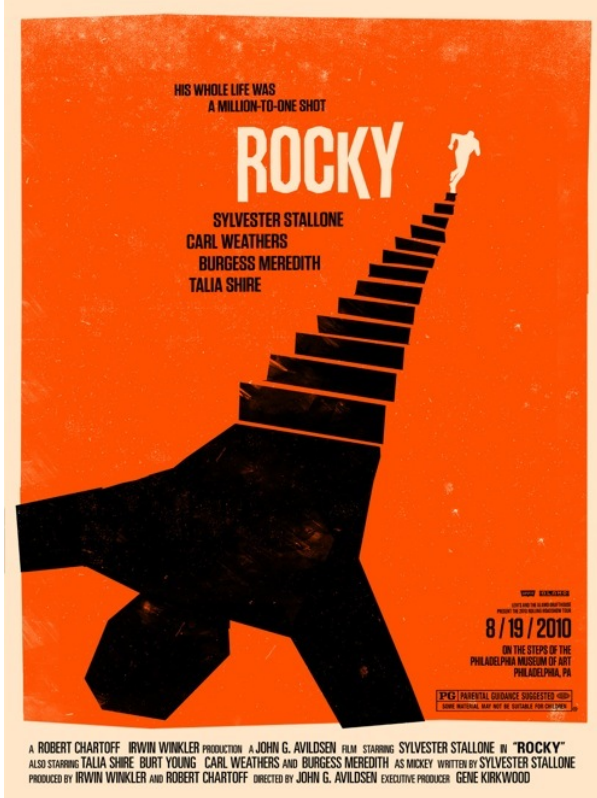
http://jasonmunn.com/out_of_print_poster.php?name=RollingRoadshow_Giant

Alamo Drafthouse Cinema’nın bu yeni uyarlama afişleri özellikle serigrafı olarak basılmakta ve sınırlı sayıda üretilmektedir. 2010 yılının afişlerini tasarlamak ise Olly Moss’un ellerine bırakılmıştır. (Resim 80,81) Kendini hiç bir zaman geleneksel bir sanatçı olarak tanımlamayan, Olly, küçüklüğünden beri filmlere ilgi duymuş ve annesinin reklam ajansında bolca vakit geçirmiş bir genç tasarımcı. Tişört tasarımları ile başlayan serüveninde, filmlerden küçük alıntılar taşıyan bir tasarımı günlük dünyasında derin yankı yaratınca; filmlerin insanların dikkatini çekmek için havalı bir yol olduğuna karar verdiğini söylemektedir. Londra’daki klasik film afişleri sergisinden esinle yaptığı “The Dear Hunter” (Resim 79) ve takip eden sekiz afişi yine internet ortamında patlama yaratınca, arka arkaya teklifler alan Moss, Lost dizisi (Resim 82), arkasından Star Wars için bir üçleme tasarlamıştır. (Resim 83) Tüm bu afişler işte onun Rolling Roadshow için seçilmesine sebep olmuştur (Stern, 2011).



Resim 79: Olly Moss, "The Deer Hunter" filmi için afiş, 2008

<http://www.oliverbaker.co.uk/wp-content/uploads/2010/01/olly-moss-poster-deer-hunter1.jpg>



Resim 80: Olly Moss, Alamo Drafthouse Cinema için Rocky afişi, 2 renk serigrafı

<http://collider.com/movie-poster-rolling-roadshow-2010-there-will-be-blood-dirty-harry-jackie-brown-robocop-olly-moss-movie-poster/41535/>



Resim 81: Olly Moss, Alamo Drafthouse Cinema için The Blues Brothers film afişi, 2 renk serigrafı

<http://collider.com/movie-poster-rolling-roadshow-2010-there-will-be-blood-dirty-harry-jackie-brown-robocop-olly-moss-movie-poster/41535/>



Resim 82: Oly Moss, "The Locke" ABC'nin "Lost" dizisi için afiş

<http://www.yagima.nl/2010/08/olly-moss-doet-retro/>

Oly Moss, sınırlı sayıda serigrafî ile basılan Rolling Roadshow afişlerinden sonra, "Captain America" filmi için, İkinci Dünya Savaşı estetiğini taşıdığı, 18 x 24 inç boyutunda ve her biri 375 adet serigrafî ile basılan iki afiş tasarlamıştır. Ben Marks (2011), New York Times'da yayınlanan yazısında, Moss için cesur grafik stili, ciddi ilhamı ve alaycı mizahı ile etkileyici bir dil yakaladığını vurgulamaktadır. Marks (2011), Moss'un "Captain America" afişleri ile "Star Wars" afişlerini aştığını düşünmektedir. Moss ise bu denli iyi bilinen filmler için afiş üretmenin epey göz korkutucu olduğunu söylemektedir. Profesyonel sanatçılar ve takipçiler tarafından üretilen zengin bir görsel dile sahip olan filmler için herkesin görmeye alıştığının dışında bir dil yakalayan Moss için Mondo Filmin yaratıcı yönetmeni Justin Ishmael, genellikle ilk denemede filmin ruhunu yakalayan bir sanatçı olduğunu söylemektedir (Davis, 2010).



Resim 83: Olly Moss, “Star Wars” serisi için afişler, 2010, serigrafi

<http://www.hojitsu.net/2010/12/olly-moss-starwars-posters/>

Moss, güçlü fikirleri olan tasarımlar yapmayı tercih ettiğini söylerken; genellikle kavramsal odaklı çalıştığını ve işerliğin ön planda olduğu mümkün olduğunca basit görseller oluşturma çabasını aktarmaktadır. Saul Bass’a olan öykünmesini açıkça ifade eden Moss, Penguin Books, pek çok video oyunu için de görsel üretmiştir (Marks, 2011). Moss birincil olarak serigrafi kullanımı amacını gütmüyor olsa da işlerinin estetiği tekniği yansıtmaktadır. Özellikle film afişlerinin büyük çoğunluğunda serigrafi tekniği kullanılmıştır.

3.4.5 İllüstrasyon Üretim Biçimi Olarak Grafik Baskı

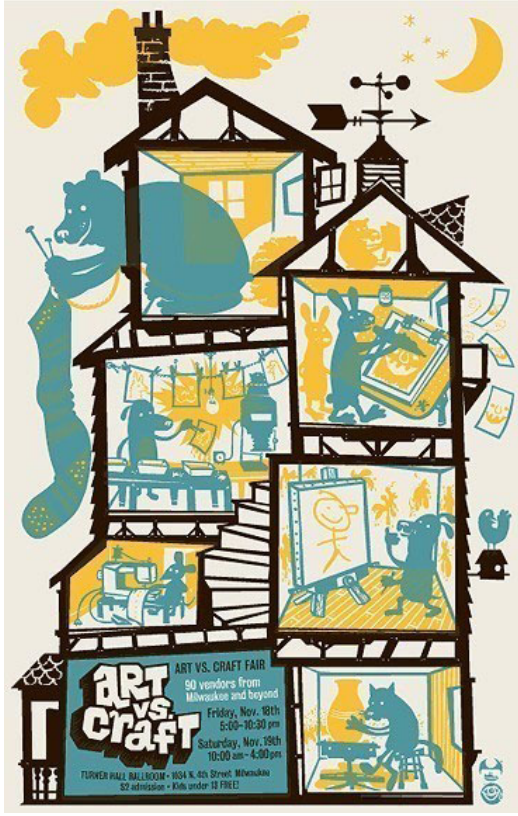
Little Friends of Printmaking, sanat ve zanaat arasına bir çizgi çizmediklerini dile getirmektedir. Çoğu insan, zanaatın entelektüel olmadığı yönünde yanlış bir kaniya sahiptir. Eğer kavramsal bir sanat yapıtı ortaya koyma gayreti içerisinde değilseniz, ne yaparsanız yapın yorgan yapmaktan farklı değildir. Ancak zanaat geniş bir çerçevede entelektüel altyapıya sahiptir. Little Friends of Printmaking, grafik tasarım, web tasarımı, oyuncak tasarımı, afiş tasarımı gibi alanlarda iş üretseler de tüm bu üretimin çıkış noktasını illüstrasyonlar oluşturmaktadır. Afişlerinde ve diğer işlerinde ağırlığın illüstrasyon üzerinden oluşturulduğu gözlemlenebilir. (Resim 84)

Grain Edit internet sayfasında yayımlanan bir söyleşilerinde, olağan bir tasarım sürecini özetlerken, eskizle başlayan adımlar öncelikli olarak illüstrasyonun oluşturulmasına dayanmaktadır.



Resim 84: Little Friends of Printmaking, “Mahalle”, İllüstrasyon, 25”x19”, serigrafî

<http://vi.sualize.us/view/208a13d44e1f0b608e39c96ea510c90c/>



Resim 85: Little Friends of Printmaking, “Arts vs. Craft” Fuarı için afiş, serigrafi

<http://grainedit.com/2009/09/03/little-friends-of-printmaking-interview/>



Resim 86: Little Friends of Printmaking, “Mind Gangsters” sergisi’nden bir görüntü, “Baddies” serisi illüstrasyonlar, Kong Galerisi, Mexico City, 2008

<http://www.printeresting.org/tag/little-friends-of-printmaking/>



Resim 87: Little Friends of Printmaking, "Patton Oswald" için afiş, serigrafi

<http://www.juxtapoz.com/Features/back-talk-with-the-little-friends-of-printmaking>

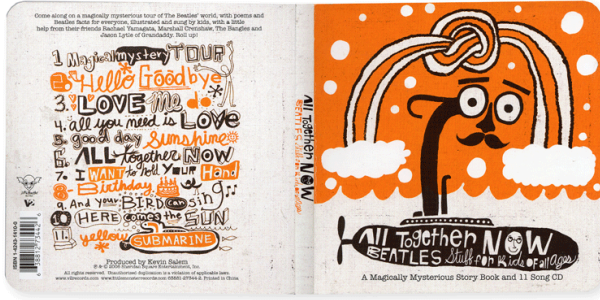
Nate Williams, bilgisayar programcılığı geçmişi olan bir illüstratör. Üniversitede içine girdiği web tabanlı dünyada sanatsal artıları ile önemli yazılım şirketlerinden birinde uzun yıllar çalışmıştır. Ancak ona çok para kazandıran bu meslek alanını bir kenara bırakıp illüstratör olarak kendine yeni bir yol çizmiştir. Bu yolda web ile olan ilişkisinin, işlerini pazarlamada ve yeni fikirlerini paylaşmada kendine yardımcı olduğu görüşündedir. (Di Lietto, 2009)

Williams için öncelikli amaç baskı üretimi olmamakla beraber, illüstrasyonlarını görünür kılmak ve pazarlamak amacı ile serigrafî yöntemi ile baskılar üretmektedir. (Resim 88, 90,91) Bir illüstratör olarak çokça uygulanmış işi bulunan (Resim 89) Williams, aynı zamanda bir el yazısı aşığı olarak, tüm yazıları da elle üretmektedir. Bu açıdan Williams'ın bir medyum olarak baskıyı kullanması kaçınılmazdır. Nate Williams, canlı, heyecan verici illüstrasyonları ile kendi yaratıcı dünyasını sergilemektedir. Organik formlar, etnik kökler, karmaşık dekoratif öğeler, el yazısı eşsiz harflerle oluşturduğu katmanlar, zengin ve ilişkilendirici bir görselliği oluşturmaktadır (Play Grounds, 2010). Williams, oğlunun ilgi alanlarından etkilendiğini söylerken; herkesin kendi geçmişinden etkileneceğini ve iyi fikirlerin hayat tecrübesi ile dolu bir havuzdan besleneceğini dile getirmektedir (Veras, 2011).



Resim 88: Nate Williams, Bella, serigrafî, 65 x 25,5 cm

<http://holaamiga.com/wp/>



Resim 89: Nate Williams, Little Monster Plak şirketi için kitap ve CD illüstrasyonu,
<http://www.n8w.com/wp/6082>



Resim 90: Nate Williams, "Life is Beautiful" illüstratif afişi, 18"x24", 6 renk serigrafisi
<http://www.n8w.com/wp/for-sale>

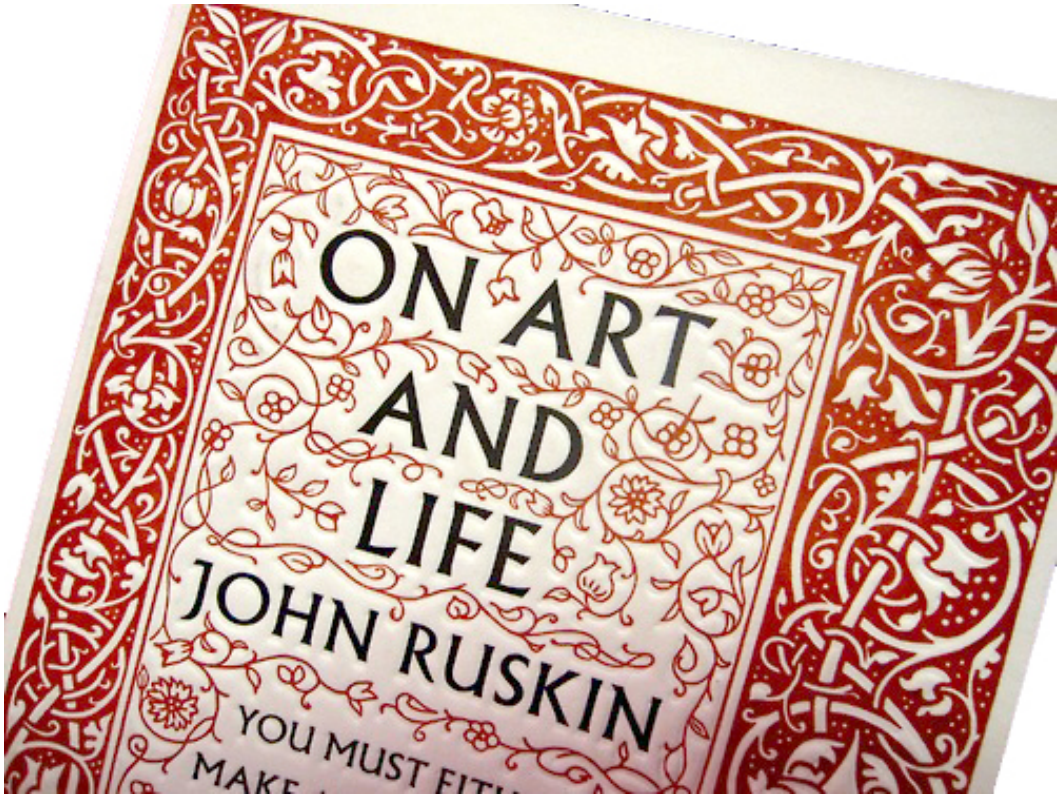


Resim 91: Nate Williams, "Fish", 18"x24", 2 renk serigrafi

<http://www.n8w.com/wp/for-sale>

3.4.6 Great Ideas Serisi ve Kitap Üretiminde Grafik Baskı

Günümüzde kitap tasarımında çoğunlukla alışıla geldik tarzları görüyoruz. Seri üretime uygun olarak; basılmış ve hatta bazen içinde hiçbir resim olmayan sadece yazıdan oluşan kitaplar. Bunun yanı sıra, bir kitapçıya girer girmez dikkatimizi çekenler de bulunmakta. Sadece kapak görseli tasarlanmış ve birinci hamur kağıda basılmış değil; kendisi bir nesne olarak düşünülmüş; yazardan sonra tasarımcının veya sanatçının elinde tekrar anlam bulmuş kitaplar bulunmaktadır. Ülkemizde çoğunlukla Bülent Erkmen'in tasarımlarını görsek de başka örnekler mevcuttur. Bunu bir adım öteye götürürsek elde basılmış kitaplardan söz etmek gerekir. Bu kitaplar genellikle sınırlı sayıda basılmakta ve koleksiyonluk bir değer taşımaktadır.



Resim 92: David Pearson, Great Ideas 1. Seri, Kitap Kapağı Tasarımı, John Ruskin, "On Art and Life", Penguin Books, 2004

<http://distantheartbeats.tumblr.com/post/553833467/book-review-on-art-and-life>

Yirmi yıl kadar önce Alan Kitching’in Tipografi Çalıştayı, tipo baskıya tekrar hayat vermiştir. Aslında bu zanaatın öldüğü söylenemez. 15. yüzyılda Gutenberg’den bu yana hurufat baskıda değişen sadece yeni fontlar ve kalıplar olmuştur. Popüler kültürün bazen kimi değerlerin tekrar hatırlanmasını sağlaması ilginçtir. Yirminci yüzyılın ikinci yarısında hemen hemen tüm baskı görevi ofsete taşınmışken; 1990’larda Martha Stewart, tipo baskının güzelliklerini düğün davetiyesi tavsiyesi olarak gündeme getirmiştir. Takip eden dönemde “küçük baskı hareketi” olarak adlandırılan, butik baskı, tipografi, illüstrasyon, grafik tasarım alanlarını, sanat baskıları, sınırlı basımlar ve hatta şirket kurumsal kimlik parçaları olarak işgal etmiştir (Gestalten, 2010).

Hurufat baskı üç boyutlu bir kalite sunsa da hata kabul etmeyen bir tekniktir. Basımla birlikte kağıda verilen derinlik, kendi tipografisini, yüksekliğini, geçişlerini, dokularını yaratır. Bu da teknoloji ve stillerin el ele verdiği göstergesidir. Örneğin, sınırlı et kalınlıklarının ve renk seçeneğinin olduğu dönemler, üst üste baskıları geliştirmiştir. Bunun sonucu ortaya çıkan kirlilikler, bulaşmalar ve sıçramalar gibi kasıtlı hatalar, bitmiş işin imzası haline gelmiştir. Erken dönem daktiloları gibi harfin kendisi bir parmak izine, altta yatanın imzasına dönüşmektedir (Gestalten, 2010). Hurufat baskının sıklıkla kullanıldığı alanlardan biri de kitap baskılarıdır. Bu konuda son dönemde Penguin Books’un basmış olduğu “Great Ideas” serisinin kapakları oldukça önemli bir örnektir.

Penguin Kitapları, elde basılmış kitap kapakları ile bir seri yayınlamıştır. Simon Winder’ın editörlüğünü yaptığı bu proje, yirmişer kitaptan oluşan beş seri olarak düşünülmüştür. 2004 yılında basılan ilk seri ile birlikte “Great Ideas” (Büyük Fikirler), başlığı ile geçmiş dönemlerin önemli yazılarını tekrar okuma şansı bulmuştur. Burada dikkat çekici olan, hali hazırda bu makalelerin, romanların ya da yazıların aynı kitap evi tarafından basılmış olması ve aslında pek de okunmuyor olmasıdır. Penguin Kitapları, büyük kitapların bölümlerinden oluşan bu ucuz basım bu kitapların, okurları klasiklere yönlendirmesi umuduyla yaptığı bir çalışmadır (Pearson, 2008). Yeni formatı ile basılan kitapların ilk serisi iki buçuk milyondan fazla satılmıştır (WinderA., 2010; Winder B., 2010). Bu kitaplar, John Ruskin’den (Resim

92), Virginia Wolf'a pek çok yazarın seçme eserlerini bir araya getirmektedir. Telif hakkı özgürleşmiş; bir az felsefe, biraz politik tartışma, edebi eser, kimi zaman anlaşılması güç ve kesinlikle çoğunluğa hitap etmeyen metinler, akıllı bir ambalajla bir araya getirilmiştir (Hanks, 2009). Winder (2010), yazısında, pek çok öğrencinin Paine, Rousseau, Wollstonecraft ve Marx gibi yazarlardan, satış patlaması nedeniyle kazara zehirlendiğini aktarmaktadır.

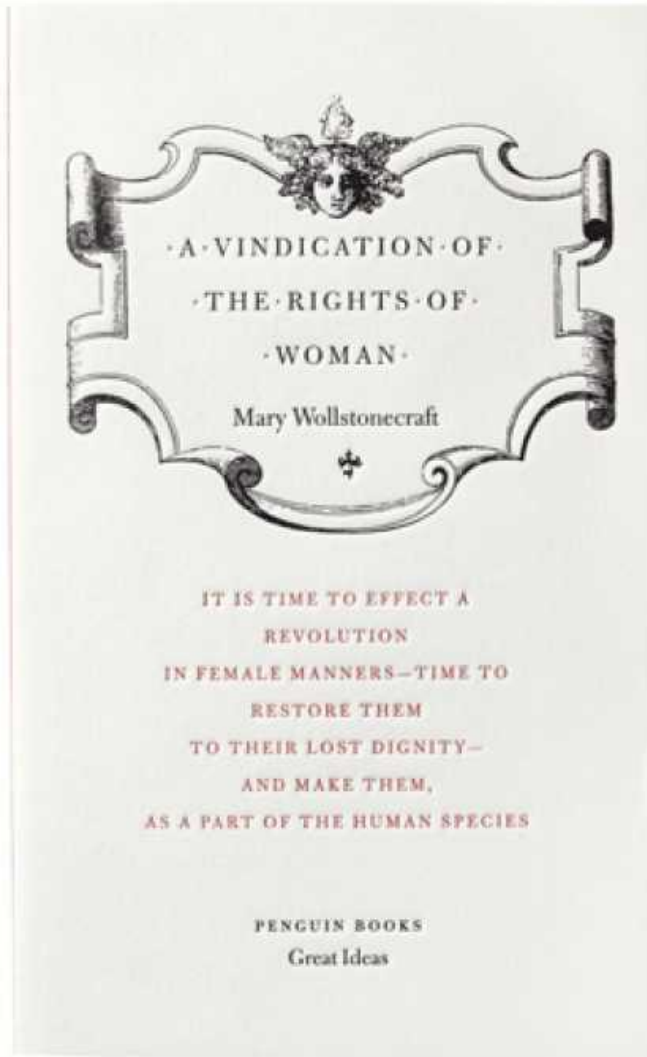


Resim 93: Phil Baines, Great Ideas 3. Seri, Kitap Kapağı Tasarımı, Blaise Pascal, "Human Happiness", Penguin Books, 2008

http://d30opm7hsgivgh.cloudfront.net/upload/1167966_zmYZOKUg_c.jpg

Winder, bu satışın yakalanmasında anahtar rolü, görünüşün üstlendiğini söylemektedir. Farklı zamanların yazı karakterleri, içeriğini ele veren atmosferleri, iki renkli ve çoğunlukla tipografik çözümlenmeleri ile kapak tasarımları kitapların tarihini döndürmüştür. Winder (2010), garip ve cinsel açıdan kafası karışık pek çok öğrencinin, ucuz şeker kapışır gibi bu kitapları aldığını; pek tabii yazarların binin ile ilişkili olduğunu ancak; kitap kapaklarının katkısının büyüklüğünü vurgulamaktadır. Hanks (2009), Penguin kitaplarının her zaman tasarım yönüyle de kuvvetli oluşunu ak-

tarırken; David Pearson'un "Great Ideas" uygulamasının karton kapaklıları bir üst lige çıkarttığına üzerinde durmaktadır. Hanks (2009), ucuza mal edilmiş bu serinin, Penguin Klasilerinden daha az itici ve hantal olduğu görüşündedir. Pearson'un cesur tek renk kullanımı, kabartma etkileri, tipografik arka zemini ön plana çıkarmaktadır. Tipo baskının kitabı yaşayan bir nesneye dönüştürdüğünü bu uygulamada açıkça görmekteyiz. Pek çok insan bu kitapları bir fetiş nesnesi olarak biriktirmektedir.



Resim 94: David Pearson, Great Ideas 1. Seri, Kitap Kapağı Tasarımı, Mary Wollstonecraft, "A Vindication of the Rights of Woman", Penguin Books, 2004

<http://www.coverbrowser.com/covers/greatest-book-covers/11>

Phil Baines (2006), "Great Ideas" serisinde kapak tasarımlarında özellikle kitabın ilk basıldığı ya da yazıldığı döneme ait bir yazı karakterinin kullanıldığını aktarmaktadır. David Pearson (2008), projenin sorumlu tasarımcısı olarak; genellikle felsefenin illüstrasyon ile ifade edilemeyeceğini düşünmüş ve okurun kendi yorumu-

nu oluşturacağı bir katılım yolunu tercih etmiştir. Seri içerisinde bir tutarlık yakalamaya çalışırken; yazara özel durumlar yaratmak adına, kullanılan yazı karakterleri üzerinde değişikliklere gidilmiştir. Örneğin, Mary Wollstonecraft’ın kadın özgürlüğü deklarasyonu için siyah kalın harfler kullanılmıştır. (Resim 94) Ayrıca kitap kapağının tasarımını etkilememek adına yayıncının logosu yerine sadece uygun bir tipografi ile ismi yer almaktadır. Bütçe kısıtlılığı dolayısıyla sadece iki renk kullanımına karar veren Pearson (2008), böylelikle daha ayrıntılı bir takım uygulamalara olanak bulmuştur. Böylelikle kapak baskısını birinci hamur kağıda ve tipo baskıya bir selamla kabartma olarak tasarlamıştır. (Resim 93)



Resim 95: Stanley Donwood, kitap illüstrasyonu, Robert Louis Stevenson “Treasure Island”, 2008, linol baskı ile üretilmiştir.

<http://www.printmag.com/CMSAssets/Blog/davidpearson/treasureisland.gif>

David Pearson, Central Saint Martin's College of Art and Design mezunu, Phil Baines ve Catherine Dixon'ın öğrencisi, şüphesiz Penguin Kitapları için yaptığı tasarımlarla dikkati çekmiştir. Aynı zamanda Johathan Jackson ile ortak olduğu White's Books, firmasında da kitap tasarımları yapmaktadır. Pearson, White's Book'ta, kitap yapımının geleneksel yöntemlerine ışık tutmayı ve zanaatı zenginleştirmek istediklerini dile getirmektedir. Tasarımları yaparken uzun ömürlü düşünmenin önemli olduğu ve okurları için saklanacak, değer verilecek nesnelere yaratma gayreti içerisinde olduklarını dile getirmektedir. White's Books olarak, illüstratörlerle çalıştıklarını; ve üretilen illüstrasyonların kapağın önü, sırtı ve arkasıyla nasıl başa çıktığını görmenin çok heyecan verici olduğunu dile getirmektedir. Beraber çalıştıkları illüstratörlere kendi izlerini bırakmaları için fırsat tanıdıklarını, bunun için genellikle geleneksel yöntemleri kullanan kişilerle çalıştığını belirtmektedir. Linol baskı, kağıt kesme gibi yöntemlerle oluşturulan bu görsel dilin çoğu zaman, illüstratif iç kaplama kağıtlarına da dönüştüğünü ve kitabın son yüz yıldır görülmeyen bir metin dizgisine yol açtığını göstermektedir (Terzian, 2009). (Resim 95)

SONUÇ

Küreselleşme, Enformasyon Teknolojisi Devrimi, dünyayı çok kısa zamanda inanılmaz bir değişime uğratmıştır. Bu değişim o denli çabuk gerçekleşmiştir ki; halen neler olduğunu anlamakta güçlük çekmekteyiz. Hatta 80’li yılların çocuklarının anne babaları, ikibinli yılların ilk on yılını devirdiğimizde hayatlarındaki değişime baktıklarında dudak uçuklattığını fark etmektedirler. Çocukluklarının tek eğlencesi belli saatlerde yapılan radyo programları iken, şimdi ellerindeki küçük bir elektronik alet onlara dünyayı taşımaktadır. Bir zamanlar televizyon sadece belli ailelerin evlerinde izlenirken; şimdi internet sayesinde herkes her an istediği evin salonuna konuk olabilmektedir. Hayatlarımız artık kendimize özel ve erişilmez değil.

Küresel dünyada, yerel ile küresel, bireysel ve toplumsal, özel ve kamu arasındaki çatışma, yeni neslin kültür savaşlarını reddetmesi ile sonuçlanmış olabilir. Eşitliği en önemli değer sayan yeni nesil, hiç bir topluluğa, harekete veya bireye bir inanç beslememektedir. Önemli olan küçük faaliyetler, küçük işler, küçük şirketler. Sanatsal, ve manevi her şey bu küçüklük çerçevesinde gerçekleşmektedir. “Kendin Yap” kültürünün yeni formu olarak; pek çok kişi kendisi üretmekte, kendi yaymakta, kendi yönetmektedir. Yeni nesil için kahramanlar, siyasi liderler, iş adamları, sporcular veya bilim adamları değil artık. Kahramanlar, girişimciler! Steve Jobs bu nedenle, dünya üzerindeki en sevilen isimlerden biri olmuştur. Çünkü, internetle birlikte web sitelerinin patlaması, bu neslin gelişme çağına rastlamıştır. İnternetin kendisi, bir “Kendin Yap” baş yapıtı olarak; yeni nesile kendi alanını yaratması için olanak sunmuştur.

Diğer yandan da Soğuk Savaşın bitişi ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin dağılması, her büyük yapının parçalanabileceğini ve istenirse de başkaları tarafından parçalanacağını göstermiştir. Balkanlar, Ortadoğu, Kafkasya bugün bu parçalanmaları gördüğümüz coğrafyalardır. “11 Eylül 2001” ise Amerika Birleşik Devletleri’nin de yıkılabilir olduğunu dünyaya göstermiştir. Böylece ülkesel anlamda bir güvensizlik insanların zihinlerine yayılmaktadır. Aynı zamanda internet ve küre-

sel dünya zaten sınırları yıktığı için, kimi zaman fiilen ve yapamadığımızda sanal olarak yer değiştirme özgürlüğüne sahip olmuş bulunmaktayız. Böylelikle fiziksel sınırlar artık dünyayı tanımlayan haritalarda gördüğümüz çizgilerden ibaret kalmıştır.

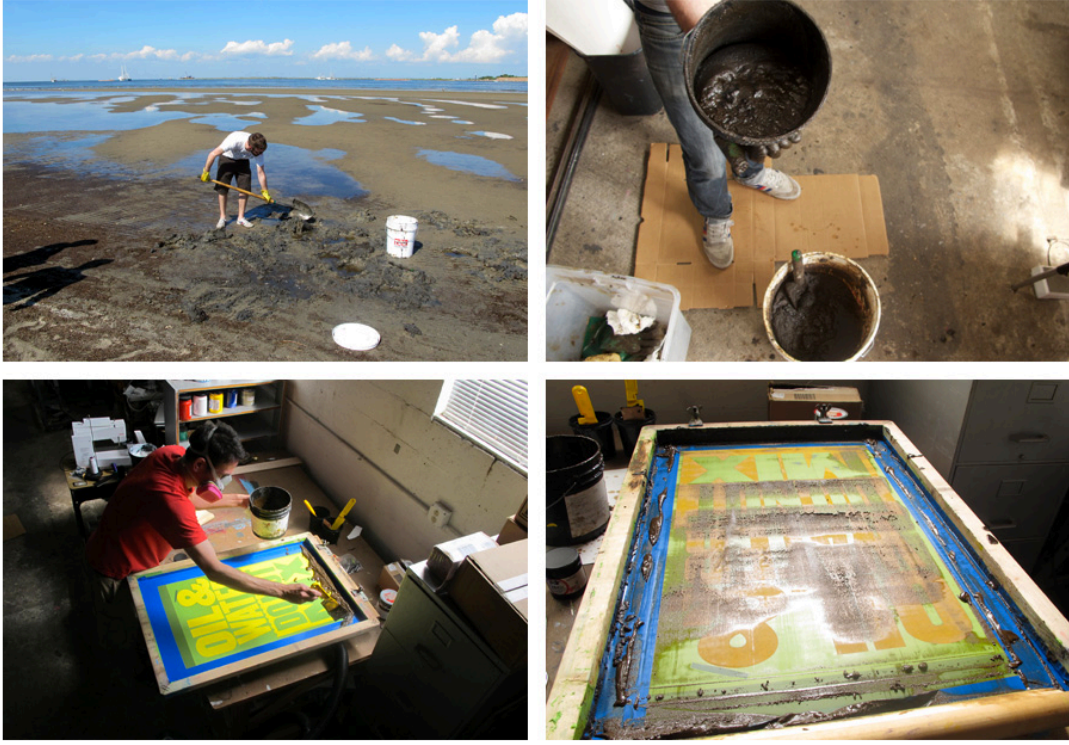
Milenyum dönümünde, dünyanın ekonomik açıdan adaletsizliği, kapitalizmin köleleştirdiği çalışan sınıf ve onun beslediği zenginler, iyiden iyiye insanların dikkatini çekmiştir. Bu durumun gerçek krizini ikibinli yılların başında büyük bir çöküşle yaşamış bulunmaktayız. Büyük ölçekli bir takım şirketlerin bile çökmesi ile birlikte, yeni kuşağın güven hissi de tamamen yok olmuştur. Siyasi, askeri, ekonomik ve toplumsal açıdan güven duygusunun sağlanması halen mümkün olmamıştır. Güvenin kaybedilmesi ile birlikte adalet duygusu da yitirilmiştir.

İşte bu ortamda girişimcilik ile kendi işlerini yaratan yeni kuşak, her şeyden önce ticari bir kuşaktır. Bu nedenle üretim biçimleri de çoğunlukla, ticari olmaktadır. Bu anlamda sanat da ticari bir kurumdur, tasarım da. Kişisel girişimciliğin, az kişinin oluşturduğu ve bağımsız iş üreten tasarımcı ve sanatçıların çoğalmasını körüklediği düşünülebilir. Bu araştırmanın özellikle son bölümünde konu edilen pek çok tasarımcı veya sanatçı bireysel üretimler gerçekleştirmektedir. Ayrıca, her evi bir üretim merkezine dönüştüren günümüz “Kendin Yap” kültürü ve girişimcilik, el yapımı ürünlerin ETSY gibi internet sitelerinde ve tasarımcıların ve sanatçıların elektronik pazarlama aracı haline gelen web sitelerinde satılmaktadır.

Bu araştırmanın sonucunda, küreselleşmenin iki yönlü özelliğinin dünya ekonomisi ve dolayısı ile siyaseti ve kültürü üzerinde oluşturduğu etkilerin sanat ve tasarım alanındaki yansımalarına ışık tutulmaya çalışılmıştır. Küreselleşme, ekonomik, siyasi ve kültürel alanda tüm dünyayı etkileyen yapısıyla hem olumlu hem de olumsuz tepkilerle karşılaşmaktadır. Bu tepkiler yeni üretim, yönetim ve uygulama biçimlerine dönüşürken; sanat ve tasarım birbirine yaklaşmaktadır. Enformasyon Teknolojisi Devrimi eşitlikçi bir devrim olması açısından, dünyanın her yerindeki insanlara aynı bilgi kaynağını sunsa da; küresel siyasetin aleyhine olan bu durum, çoğu ülkede ve bizim ülkemizde de engellenmeye çalışılmaktadır. Ancak yapısı gereği belli bir merkeze ait olmamasından kaynaklı olarak internet, durdurulabilir bir mecra değildir.

Küreselleşme ve Enformasyon Teknolojisi Devrimi ile ekonomik, siyasi ve kültürel açıdan ilişkili olan grafik tasarımın, tepkisel teorisinin “First Things First” üzerine kurgulanmış olması, ilk ve devam eden bir tartışma ortamının bu manifesto üzerinden yürümesinden kaynaklanmaktadır. Kapitalist dünyada insanlar, iletişim kurmak ve kültürleşmek için pazarı kullanırlar. Bunun için de kamu alanlarının gündün güne tüketim ağırlıklı hale geldiğini görmekteyiz. First Things First manifesto-sundaki gibi eğer bu tüketim alanından grafik tasarımcılar çekilir ise bu boşluğu kim nasıl dolduracaktır endişesini yaşamaktadır. Ancak belki de soru, günümüzde herkesin grafik tasarımcı olduğu dünyada, o alanların gerçekten nitelikli grafiklerle değerlendirilip değerlendirilmediği üzerine olmalıdır. Son bölümde ele alınmış olan üretim yöntemlerinin kuramsal zeminin oluşması bakımından da First Things First manifestosu çevresinde şekillenen eleştirel ortamın büyük etkisi görülmüştür. Tasarımcının içinde yaşadığı topluma ve çevreye karşı olan sorumluluğunun, üretim biçimini dolaylı ve direkt etkileyebileceği gözlemlenmiştir. Bu açıdan, etkin bir yöntem olarak geleneksel grafik baskı yöntemlerini tercih eden tasarımcılara da son bölümde yer verilmiştir. Ayrıca sadece sosyal sorumluluk çerçevesinde iş üreten tasarımcıların, Anthony Burrill gibi, özellikle geleneksel yöntemleri tercih etmesinin bir tesadüften öte bilinçli seçiminin alt yapısı böylece ortaya konmuştur.

Tasarımın problem çözme yeteneği, günlük hayatta karşımıza çıkan pek çok zorluğun üstünden gelmemize yardımcı olacaktır. Ancak grafik tasarımcıların da her şeyi değiştirecek tek güç olduğunu söylemek abartılı görülebilir. Grafik tasarımcılar ancak toplumu bilinçlendirici bir takım veriler sunmada etkili olabilirler. Böylece tüketicilerin bakış açısını değiştirecek bir hareket başlatılabilir. Meksika Körfezindeki petrol sızıntısında sadece petrol şirketini suçlamanın doğru olmayacağı açıktır. Sonuçta o petrol ürünlerinin tüketimini sağlayan bir dünya ekonomisi ve politikası ile karşı karşıyayız. Ancak insanları fosil yakıt kullanmamaya ikna edebilir ve bu konuda bir sivil baskı oluşturulabilir ise küresel politikalar da bu yönde değiştirilebilir. Anthony Burrill, Meksika körfezinde karaya vuran petroleri toplayarak serigrafi baskı ile ürettiği afiş, bu anlamda örnek verilebilir. (Resim 96,97)



Resim 96: Anthony Burrill, “Oil and Water Do Not Mix” afişi, yapım aşamaları, 2010

<http://www.anthonyburrill.com/recent-projects/oil-and-water-do-not-mix>

Enformasyon Teknolojisi Devrimine de garaj mucitleri ile öncülük eden “Kendin Yap” kültürü, tezin son bölümünde ele alınan grafik baskı uygulamalarının üretiminde de etkili bir bakış açısını oluşturmaktadır. Girişimcilik ile birlikte, yeni kuşak grafik tasarımcıların kendi üretimlerini gerçekleştirebilmelerinin en doğrudan ve kolay yolu geleneksel baskı yöntemlerini kullanmaları olmuştur. Bu açıdan “Kendin Yap” kültürü, WPA ile yerleşen ve Saykodelik ile üst düzey uygulamalara kavuşan özellikle serigrafik baskı tekniğini, günümüzün en çok tercih edilen grafik anlatım biçimine dönüşmesini tetiklemiştir. Çünkü serigrafik tekniği, günümüz bilgisayar teknolojisi ile çok kolay ortaklık kuran; her yerde yapılabilen, özel bir teknik gerektirmeyen ucuz bir grafik baskı yöntemidir. Bu araştırma sonucunda özellikle serigrafik tekniğinin güncel elektronik araçlarla birlikte iyiden iyiye kolay uygulanabilir bir teknik olması açısından özellikle tercih edildiği görülmüştür. Hem bilgisayar teknolojisinin kolaylıkları kullanılmakta ancak aynı zamanda insan dokunuşuna sahip işler üretebilme imkanını sunmaktadır.



Resim 97: Anthony Burrill, “Oil and Water Do Not Mix” afişi, Louisiana Sahili’ni Koruma Koalisyonu için yapılmıştır, 2010
<http://www.anthonyburrill.com/recent-projects/oil-and-water-do-not-mix>

Grafik baskı, bilginin çoğaltmasına aracılık eden bir anlatım biçimi olarak, sürekli olarak teknoloji tarafından biçimlendirilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın ikinci bölümünde yer vermeye çalışılan teknolojik gelişmeler doğrultusunda grafik baskının gelişimi, değişimi ve kullanımını irdelenmeye çalışılmıştır. Her yeni teknolojik gelişme büyük kaygıları beraberinde getirirse de er ya da geç grafik alanına dahil olmuştur. Sanatsal ifade biçimleri açısından grafik alanı teknolojik gelişmeleri en çabuk uygulayan daldır. Bu nedenle, Endüstri Devrimi mekanik üretimi getirdiğinde, grafik anlatım basılı medya aracılığı ile bu teknolojiyi hemen uygulamaya başlamıştır. Ancak bunun karşısında geleneksel teknikler terk edilmemiştir. Özellikle litografi tekniği hem sanatsal hem endüstriyel kullanımı açısından baskı tekniklerinin kullanım alanlarının genişliği konusunda fikir vermektedir. Grafik baskı her yeni teknoloji ile birlikte uygulama olanaklarını genişletmiştir.

Araştırmada özellikle yirminci yüzyıl sanat tarihi içerisinde baskı uygulamalarına yeterince yer verilmediği gözlemlenmiştir. Oysa hemen tüm modernist sanatçılar baskı ile eser üretmiştir. Kaynaklardan izlenebildiği kadarıyla, baskılar genellikle estetik açıdan ele alınmıştır. Bunun yanı sıra baskının teknik açıdan incelen-

mesi bu dönemin uygulamalarına da ayrıca ışık tutacaktır. Toplumsal ifade aracı olarak afişlerin özellikle yirminci yüzyıl uygulamaları ve teknikleri dönemsel anlatım tarzlarının bir yansımasıdır.

İkinci bölümde teknik açıdan ele alınan üretim biçimlerinin, teknolojik gelişmeler doğrultusunda geliştirdiği yeni biçimler ön plana çıkartılmıştır. Özellikle fotoğraf ve litografinin, görsel algıda yarattığı yeni boyutların ne denli görsel okur yazarlıkta etkili oluşu vurgulanmak istenmiştir. Fotoğrafın grafik alanına görsel üretimi açısından kattığı yenilikler ve basım tekniklerine olan etkisi, seri üretimi hızlandırırken; geleneksel uygulamalara da büyük katkı sağladığı örneklenmiştir. Litografi baskı tekniğinin ise yazı ve imgeyi bir araya getirdiği afiş mecrasının patlamasına yol açması, tüm Batı dünyasında geniş yankı bulmuştur. Bu açıdan fotografik imge kullanımı grafik ile özdeş bir duruma gelmiş ve halen serigrafi gibi geleneksel tekniklerin de üretiminde kullanılmaktadır. Öte yandan litografi baskı tekniğinin afiş mecrası ile olan evliliği, günümüz geleneksel baskı uygulamalarında halen afişlerin başı çekmesine yol açmaktadır. Özellikle müzik alanında butik grupların, serigrafi ile üretilmiş afişleri tercih ettiği gözlemlenmiştir.

Saykodelik hareketin başlıca kullandığı teknik olarak serigrafi, yetmişli yıllarda Art Nouveau'nun estetiğinin yanı sıra afiş ve baskı birlikteliğini yeniden keşfederken; günümüz üretimlerine de ışık tutmaktadır. Buradaki "Yeniden Keşif" in üzerine vurgu yapmak gerekir. Çünkü sürekli bir yeniden keşif durumunu yaşadığımızı doğrular nitelikte, Saykodelik harekete benzer şekilde günümüzde de bir yeniden keşif söz konusudur. Saykodelik hareketin keşfettiği şüphesiz sadece tekniğin kendisi değildir. Aynı Endüstri Devrimi'nin getirdiği şehirleşme karşısında insanların doğaya dönmesi gibi, günümüzde de Enformasyon Teknolojisi Devrimi ve Küreselleşme kaynaklı çevresel felaketler karşısında insanlar, fiziksel var oluşa ve doğaya özlem duymaktadırlar. Kısaca yirminci yüzyılın başındaki sanatsal hareketlerin kaynakları ile, altmış ve yetmişli yılların ve günümüz dünyasındaki toplumsal kırılmaların ortak sosyolojik kökleri olduğu gözlemlenmiştir. Günümüzde bu sosyolojik sarsıntı karşısındaki üretimlerde ise, kitlesel teknikler yerine insana dair bir teknik kullanmak adına geleneksel tekniklere dönüş yaşandığı gözlemlenmiştir.

Sanatsal baskı üretimi, endüstriyel üretimin ofsete geçmesi ile birlikte, özgür alanını yaratmıştır. Güzel sanatlar mertebesine yükselmiş bir alan olarak, beyaz salonlarda boy göstermiştir. Bu araştırmanın üzerinde durduğu konu ise, sanatsal baskıların ötesinde, popüler grafik tasarım aracı olarak, geleneksel grafik baskı tekniklerinin kullanımı olmuştur. Bu uygulamaların örnekleri ışığında grafik alanında çatışan, sanat ve tasarımın aslında bütünleşmiş ve sınırların kalkmış olduğu izlenmiştir. Genel olarak geleneksel grafik baskı tekniklerinin uygulamacıları, sanat ve tasarım gibi bir ayrım gözetmemektedir. Hatta grafiğin bütün bir ifade dili olduğu kabul görmektedir. İşte bu barışı anlayabilmek adına satan ve tasarım ayrımının başlangıcı tartışılmış ve bireysel bir anlatım biçimi olarak grafik baskının kullanımının öncülü ortaya konmuştur.

Özellikle son bölümde bireysel ifade biçimi olarak günümüzde, bu denli kolay ve hızlı uygulama olanakları bulunmaktayken, neden geleneksel grafik baskının kullanımının artış gösterdiği sorusuna yanıt aranmıştır. Bunun içinde önceki bölümlerde, Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin grafik baskı üzerine etkisi araştırılmıştır. Dijital üretim olanaklarının sunduğu kolaylıklar ortada olsa da; sanat ve tasarım, bu yeni teknolojiyi ne reddetmiş ne de teslim olmuştur. Yeni milenyum, teknolojinin sanat ve tasarımla barıştığı bir dönemdir. En tutucu sanatçılar ve tasarımcılar bile, kendileri istemese de bu teknolojinin bir parçası olmuştur. Çünkü internetin paralel bir evren yaratması durumu, ister istemez gerçek dünyanın sanal bir yansımalarını oluşturmaktadır. İnternet denilen bu ağ sanal olarak herkesi görünür kılmaktadır. Art Chantry gibi tutucu tasarımcılar bile, internet aracılığı ile dijital ortama aktırılmış durumdadırlar. Yani artık kişilerin isteği, dijital dünyada önemini yitirmiştir.

Tasarım yazarlığı, seksenli yıllarda ortaya çıkması ile birlikte, grafik tasarımcıların bireysel anlatımlar ortaya koymak yönündeki girişimlerini başlatmıştır. İşverenden bağımsız, sadece bir tasarımcının kendi sözünü ve içeriğini yaratması çabası, resim sanatının bağımsızlaşması sürecine benzer bir görüntü çizmektedir. Tasarımcının sanatçı söylemine kavuşma çabası ve sanatçıya öykünmesinin de bir so-

nucu olarak, pek çok öncül grafik tasarımcı, deneysel işler ortaya koymuştur. Bu durum, güncel grafik baskı üretiminin de bireysel bir dışavurum olarak grafik tasarım içerisinde var olmasına öncülük etmiştir. Son bölümde yer verilen grafik baskılar kendi başı var olmaktadır.

Son bölümde özellikle üzerinde durulan bir konu, küreselleşme sürecinde Enformasyon Teknolojisi Devrimi ile birlikte bilgisayar teknolojisinin baskı üretiminde ya da bu baskıların satışında yarattığı kolaylık olmuştur. Pek çok tasarımcı ve sanatçının üretim sürecinde bir teknik araç olarak yararlandığı bilgisayar, çoğunlukla bir fırça, bir kalem işlevi görmektedir. Birinci bölümde de değinildiği gibi bilgisayar teknolojisi ile ilk tanıştığımız yıllarda sadece bilgisayarın estetiğine de tutsak olmuş pek çok tasarımcı bulunmaktadır. Ancak günümüzde bu teknolojiye olan doyum, yeni gelişmeleriyle birlikte bilgisayar teknolojisini bir üretim yardımcısı olarak görmemizi sağlamıştır. Hayatımızı kolaylaştıran bu teknolojinin bizim yerimize henüz yaratıcı anlamda düşünmediğinin farkında olarak; onun sınırlarını zorlamaktayız. Sanatçı ve tasarımcılar, eğer ki geleneksel bir tavır ile üretim süreçlerine bu teknolojiyi dahil etmiyorlarsa bile, pazarlama sürecine dahil etmektedirler.

Güncel grafik baskı üretiminde geleneksel yöntemlerin tercih nedenlerinden bir başkası da, oluşan pazara dahil olabilme çabasıdır. Sanatsal baskıların yanı sıra son bölümde yer verilen pek çok örnek, işlevini tamamladıktan sonra veya ona paralel olarak veya bizzat, bir sanat nesnesine dönüşmektedir. Satış kanalları oluşan bu afişler, illüstrasyonlar, tasarımın işlev bağlamından da özgürleşmektedirler. Ayrıca üretimlerini nakde çevirmek isteyen illüstratörler ve tasarımcılar işlev kazandırmadan; baskı yoluyla çoğalttıkları işlerini pazarlamaktadırlar. Bu açıdan da bakıldığında tasarımın sanata yaklaştığı açıkça görülmektedir.

Örnek verilen tasarımcılardan hareketle; geleneksel grafik baskı kullanımının grafik tasarım alanında bir seçkinlik yaratma çabasının da etkisi olduğu söylenebilir. Sanatsal bir etki yaratarak; özel olma durumu veya fetiş nesnesi yaratma çabası görülmektedir. Penguin Kitaplarının Great Ideas serisinde olduğu kadar pek çok şirket günümüzde üst düzey yöneticileri için iş kartlarını hurufat ile bastırmaktadır. Özellik

kitap uygulamalarının fetiş yaratma çabasının daha güçlü görüldüğü bir mecra olduğu söylenebilir. Bugün el basımı kitapların az sayıda oluşu, bir taraftan yeni bir koleksiyonculuk ruhu yaratmıştır. Aynı şekilde filmler için az sayıda basılan afişler, ticari bir kaygıdan çok elitist bir tavır yaratmaktadır.

Doksanlı yıllarda ve milenyumun ilk yıllarında, bilgisayar teknolojisi tarafından büyülenmiş pek çok akademik eğitim kurumu, geleneksel grafik baskı yöntemlerinin ders planı içerisindeki yerini sorgulamaya başlamıştır. Bilgisayar teknolojisi her şeyi, kolay ve hızlı şekilde çözerken; bu akademik grup köhnemiş olarak gördükleri yöntemleri, özellikle grafik bölümlerinden dışlama eğilimine girmiştir. Eski liğinin yanı sıra, grafiğin sanatsal uygulamalarını da yadırgayan bu eğilim, geleneksel grafik yöntemlerini karşı bir duruş geliştirmiştir. Ülkemizde olduğu gibi, seksenli yıllarla birlikte özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde grafik eğitimi, tasarım ve ağırlıklı olarak reklam sektörüne yönelmiştir. Oysa ki İngiltere, Polonya gibi geleneksel yapıyı koruyan ülkeler, bu tekniklerin kaybolmaması için teknolojik büyülenme döneminde özel bir çaba harcamışlardır.

Grafik üretim biçimlerinin atası olarak geleneksel baskı teknikleri, şuan pek popüler olan iPad gibi ortamlarda LetterMpress gibi uygulamalarla simüle edilmektedir. Royal College of Art, İngiltere’de grafik eğitiminin geleneksel baskı yöntemleri olmaksızın sadece bir simülatif eğitim olacağını savunmakta ve bu teknikleri özenle uygulamaktadır. Bu açıdan gerçeğini deneyimlemenin yerine, grafik bölümlerinde bir taklidin tercih edilmesi son derece sakıncalıdır. Aslının uygulama olanakları kesinlikle grafik eğitimi içerisinde varlığını sürdürmelidir. Bu açıdan araştırma, yeniden gündeme gelen geleneksel grafik baskı tekniklerinin, grafik eğitiminde yeniden değer kazanması gerektiğini de göstermektedir. Öte yandan kağıt yüzeyine uygulanmış her teknik kolayca dijital ortama aktarılabilir. Ancak dijital ortamda geleneksel yöntemlerle elde edilebilecek plastik değerler oluşturulamamaktadır.

Araştırmanın sonucunda, küresel dünyada, yapaylaşan ve paralel evrende simülasyonlara gömülen hayatlarımızda fiziksel olarak var olabilme, yani insanlığımızı hissetmeye olan ihtiyacımıza karşılık olarak; tekrar doğa ile bütünleşme

çabası içerisinde olduğumuz görülmektedir. Sadece ekolojik çalışmalarla değil, sanatsal ve tasarımsal alanlarda da bir özüne dönme durumu yaşanmaktadır. İnsanoğlu benzer bir tepkisel oluşumu daha önce Endüstri Devrimi ile köylerden kentlere göç döneminde de yaşamıştır. Arts and Crafts ve Art Nouveau gibi, günümüzün doğaya dönüş biçimi, el yapımı, doğa dostu sanatsal üretimler ile kendini göstermektedir. Sosyal, kültürel, politik söylemlerle şehirlerin duvarlarını süsleyen afişler, bir zamanın Art Nouveau estetiğini aynı Saykodelik dönemdeki gibi geri getirmiştir. Ancak bu dönem çok daha eklektik bir görsel yapı ile inşa edilmiştir. Yeni nostaljik yaklaşımlar, hemen her modernist hareketi bize hatırlatmaktadır. Sanatçı ve tasarımcıların, özellikle bireysel kaynaklı folklorik öğelerle birleştirdiği “vintage” tarzlar, dijital ortamın bize sunduğu kolaylıklarla beraber bir patlama yaşamaktadır. Köşe başındaki, kart dükkanı ve kolayca ulaşılabilir bilgisayar programlarının oluşturduğu bu ortamda, yaratılışındaki tüm hatalara rağmen insan eli ve becerisi geçmiş geleneksel üretimler, ender ve lüks olarak algılanmaktadır. Bu durum geleneksel grafik baskı ile üretilmiş işlere de bir prestij kazandırmıştır.

Geleneksel grafik baskı teknikleri, kullanılmaya başladığı gün ile günümüzdeki işlevleri bakımından çok ayrı noktalarda gibi görünse de; aslında sanatın her alanı gibi öncelikli olarak iletişim kurma çabası içerisinde. Bireysel anlatımların, kişisel iletişim yolları olduğu göz önünde tutulur ise; her dönemin sanatçıları aslında çağını yansıtan birer iletişimci olmuşlardır. Bu nedenle günümüzde, sanat ve tasarım alanlarının bütünleştiği bir ortamda, geleneksel grafik baskı teknikleri, çağın teknolojisini de arkasına alarak etkinliğini arttırmıştır. Yeni teknolojiler geleneksel teknikleri yok etmekten ziyade; onlara güç katmaktadır. Bunun bilincinde olan çoğu tasarımcı ve sanatçı, günümüz sanal dünyasına geleneksel yöntemleri kullanarak yeni bir soluk getirmektedirler.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

ABBATE, J. (1999). *Inventing the Internet: Inside Technology*. MIT PRESS.

ACKLEY, C. S. (2009). Rhythms of Modern Life. C. S. ACKLEY (Dü.) içinde, *British Prints From the Machine Age: Rhythms of Modern Life 1914-1939* (s. 15-29). Londra: Thames&Hudson.

AYSAN, Y. (2008). *'68 Afişleri: ODTÜ Devrimci Afiş Atölyesinin Öyküsü*. İstanbul: Metis Yayınları.

BAINES, P. (2006). *Penguin by Design: A Cover Story 1935-2005*. Londra: Penguin (Non-Classics).

BAUDRILLARD, J. (1998). Consumer Society. In M. POSTER (Ed.), *BAUDRILLARD, Jean* (s. 29-56). Stanford: Stanford University Press.

BAUDRILLARD, J. (1998). The System of Objects. In J. BAUDRILLARD, & M. POSTER (Ed.), *Selected Writings* (8. Basım ed.). Stanford, ABD: Stanford University Press.

BAUGNET, J. (2003). The Weaving of Design and Community. S. V. HELLER, & S. V. HELLER (Dü.) içinde, *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*. New York, ABD: Allworth Press.

BARNICOAT, J. (1991). *Posters: A Concise History* (Tekrar Basım b.). New York: Thames and Hudson.

BEHRENS, R. R. (2002). The Hole in Art's Umbrella. *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 212-215). içinde New York: Allworth Press.

BELL, D. (1974). *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.

BRUINSMA, M. (2002). Culture Agents. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 57-60). New York: Allworth Press.

BRYANS, D. (2000). Double Invention of Printing. *Journal of Design History* , 13 (4), s. 287-300.

BRIGGS, A., & BURKE, P. (2004). *Medyanın Toplumsal Tarihi* (1. Basım b.). (İ. ŞENER, Çev.) İstanbul: İzdüşüm Yayınları.

CALLINICOS, A. (2004). *Anti-Kapitalist Manifesto*. (D. KÖMÜRCÜ, Trans.) İstanbul: Literatür Yayıncılık.

CAPLOW, D. (2009). Political Art and Printmaking: A Brief and Partial History. J. MacPHEE, & J. MacPHEE (Dü.) içinde, *Paper Politics: Socially Engaged Printmaking Today* (s. 12-18). Oakland: PM Press.

CARSON, T. (2006). *Craftivity: 40 Projects for the DIY Lifestyle*. Harper Collins Publishers.

CASTELLS, M. (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* (1. Basım, Vol. 1). (E. KILIÇ, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

CASTLEMAN, R. (1988). *Prints of the 20th Century*. Londra: Thames and Hudson.

CRAMSIE, P. (2010). *The Story of Graphic Design: From the Invention of Writing to the Birth of Digital Design*. Londra: The British Library.

EISENSTEIN, E. L. (1997). *The Printing Revolution in Early Modern Europe* (Canto Basımı b.). Cambridge: Cambridge University Press.

ESKILSON, S. J. (2007). *Graphic Design: A New History*. Londra: Lawrance King Publishing.

DEBORD, G. (2010). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar* (Üçüncü Basım b.). (A. EKMEKÇİ, & O. TAŞKENT, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

DORMODY, D. (2008). 10. (F. LEVINE, & C. HEIMERL, Interviewers) , F. LEVINE, & C. HEIMERL, *Handmade Nation* (s. 30-35). New York: Princeton Architectural Press.

FRANK, T. (2002). Why Johnny Can't Dissent. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 49-57). New York: Allworth Press.

Gestalten. (2010). *Impressive: Printmaking, Letterpress and Graphic Design*. (R. KLANTEN, & H. Hendrik, Eds.) Berlin: Gestalten.

GOULD, S. J. (2010). *Pandanın Başparmağı: Doğa Tarihi Üzerine Düşünceler*. (Ü. TANSEL, Çev.) İstanbul: Versus Katip Yayınları.

GORZ, A. (2011). *Maddesiz: Bilgi, Değer ve Sermaye*. (I. ERGÜDEN, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

HARA, K. (2009). Designing Design. In H. ARMSTRONG (Ed.), *Graphic Design Theory: Readings From The Field* (s. 124-126). New York: Princeton Architectural Press.

HARDT, M., & NEGRI, A. (2008). *İmparatorluk* (Altıncı Basım b.). (A. YILMAZ, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

HARDT, M., & NEGRI, A. (2004). *Çokluk* (Birinci Basım b.). (B. YILDIRIM, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

HESSEL, S. (2011). *Öfkelenin.* (İ. YERGUZ, Çev.) İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.

HOLLIS, R. (2002). *Graphic Design: A Concise History* (İkinci Basım b.). Londra: Thames and Hudson.

HUTER, J. D., & YATES, J. (2003). Küreselleşmeye Öncülük: Küreselleştirici Amerikan Dünyası. P. L. BERGER, & S. HUNTINGTON (Dü) içinde, *Bir Küre Bin Bir Küreselleşme: Çağdaş Dünyada Kültürel Çeşitlilik* (A. ORTAÇ, Çev., s. 328-365). İstanbul: Kitap Yayınevi.

IVINS, W. M. (1989). *Prints and Visual Communication.* New York, USA: The MIT Press.

ISAACSON, J. (2007). *Do-It-Yourself Screenprinting.* Portland: Microcosm Publishing.

Jan Matejko Academy of Fine Arts. (2004). *Poster Art from the Cracow Academy of Fine Arts 1899-2003.* Krakow: Jan Matejko Academy of Fine Arts Press.

JOHNSON, G. (2008). Down the Tubes: In Search of Internet Craft. In F. LEVINE, & C. HEIMERL, *Handmade Nation* (s. 30-35). New York: Princeton Architectural Press.

KALMAN, T. (2002). Fuck Committees (I believe in Lunatics). M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Dü) içinde, *Looking Closer Four: Critical Writings on graphic Design.* New York: Allworth Press.

KEEDY, M. (2002). Greasing the Wheels of Capitalism With Style and Taste, or, the "Professionalization" of American Graphic Design. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 199-207). New York: Allworth Press.

KONGAR, E. (2005). *Küresel Terör ve Türkiye: Küreselleşme, Huntington, 11 Eylül*. İstanbul: Remzi Kitapevi.

KUNZLE, D. (1997). *Che Guevara: Icon, Myth, and Message*. Los Angeles: UCLA Fowler Museum of Cultural History.

LASN, K. (2002). The People v. The Corporate Cool Machine. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 22-25). New York: Allworth Press.

LEVINE, F., & HEIMERL, C. (2008). *Handmade Nation*. New York: Princeton Architectural Press.

LUPTON, E. (2006). Foreword. E. LUPTON (Dü.) içinde, *D.I.Y. Design It Yourself* (s. 15). New York: Princeton architectural Press.

MACDONALD, N. (2002). Can Designers Save the World? (And Should They Try?). In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 17-22). New York: Allworth Press.

MacPHEE, J. (2009). Politics on Paper. J. MacPHEE, & J. MacPhee (Dü.) içinde, *Paper Politics: Socially Engaged Printmaking Today* (s. 6-10). Oakland: PM Press.

MALINOW, J. (2006). Interviews. *D.I.Y. Design It Yourself* (s. 181-192). içinde New York: Princeton Architectural Press.

McLUHAN, M., & QUENTIN, F. (1967). *The Medium is the Message: An Inventory of Effects* (1. Baskı ed.). Bentam Books.

McLUHAN, M. (2001). *Gutenberg Galaksisi: Tipografik insanın Oluşumu*. (G. C. GÜVEN, Çev.) İstanbul, Türkiye: Yapı Kredi Yayınları.

MEGGS, P. B. (1998). *A History of Graphic Design* (3. Basım b.). New York: John Wiley & Sons inc.

PAMULA, J. (2004). From the Rector. J. M. Arts içinde, *Poster Art from the Cracow Academy of Fine Arts 1899-2003* (s. 8-9). Krakow: Jan Matejko Academy of Fine Arts Press.

PARRINDER, M. (2002). Just Say No... Quietly. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 14-17). New York: Allworth Press.

PEARCE, C. (1997). *The Interactive Book: A Guide to the Interactive Revolution*. Indianapolis: Macmillan Technical Publishing.

POVERS, B. R., & McLUHAN, M. (2001). *Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler*. (H. FEYYAT, Dü., & B. ÖCAL DÜZGÖREN, Çev.) İstanbul: Scala Yayıncılık.

POYNOR, R. (2002). The Time for Being Against. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 121-130). New York: Allworth Press.

SAUNDERS, G., & MILES, R. (2006). *Prints Now: Directions and Definitions*. Londra: V&A Publications.

SCHWARZ, H. (1987). *Art and Photography: Forerunners and Influences*. Chicago: University of Chicago Press.

SHINER, L. (2010). *Sanatın İcadı: Bir Kültür Tarihi* (2. Basım). (İ. TÜRKMEN, Çev.) İstanbul, Türkiye: Ayrıntı Yayınları.

SOAR, M. (2002). First Things First: Now More Than Ever. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 10-13). New York: Allworth Press.

SPENCER, A. (2008). *DIY: The Rise of Lo-Fi Culture* (2. Basım b.). Londra: Marion Boyars Publishers.

STAPLES, L. (2002). What Happens When the Edges Dissolve? In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 151-153). New York: Allworth Press.

STEINBERG, S. H. (1979). *Five Hundred Years of Printing* (6. Basım b.). Middlesex: Penguin Books.

SZCERSKI, D. A. (2004). The Posters in the Jubilee Exhibition. J. M. Arts içinde, *Poster Art from the Cracow Academy of Fine Arts 1899-2003* (s. 22-30). Krakow: Jan Matejko Academy of Fine Arts Press.

RILEY, C. (2002). Sustainable Consumerism. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 66-74). New York: Allworth Press.

ROCK, M. (2009). The Designer as Author. In H. ARMSTRONG (Ed.), *Graphic Design Theory: Readings From the Field* (s. 108-114). New York: Princeton Architectural Press.

ROSS, J. R. (1990). *The Complete Printmaker; Techniques, Traditions, Innovations* (Revised and Expanded Edition ed.). New York, Amerika Birleşik Devletleri: The Free Press.

The Tate Gallery. (1980). *Kelpra Studio: An Exhibition to Commemorate the Rose and Chris Prater Gift*. Londra: Tate Gallery.

TÖRENLİ, N. (2004). *Enformasyon Toplumu ve KÜreselleşme Sürecinde Türkiye*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

WAGNER, A. (2008). Craft: It's What You Make of It. In F. LEVINE, & C. HEIMERL, *Handmade Nation* (s. 1-3). New York: Princeton Architectural Pres.

WILD, L. (2002). That was then, and this is now, but what is next? In *Looking Closer Four: Critical Writings on Graphic Design* (s. 136-150). New York: Allworth Press.

SÜRELİ YAYINLAR

BOCZAR, D. A. (1984). The Polish Poster. *Art Journal* , 44 (1), s. 16-27.

EPSTEIN, B. (2001, Eylül). Anarchism and the Anti-Globalization Movement. *Monthly Review* , 53 (04).

ERYAVUZ, U., KAYALAR, B., ORAL, G., & TURGUL, Ç. (Dü). (2002). Tasarım Ekolojisi. *DEDİ Kİ:03* (03), 1-2.

GLASER, M. (2011). Grafik Sanatlar Üzerine. (O. TÜLÜ, Ed.) *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (100), 1.

HARRIS, N. (1998). American Poster Collecting: A Fitful History. *American Art* , 12 (01), 11-39.

JACKSON, A. (2006). Labour as Leisure - The Mirror Dinghy and DIY Sailors. *Journal of Design History* , 16 (1).

MARGOLIN, V. (1984). Constructivism and the Modern Poster. *Art Journal* , 44 (1), 28-32.

Neville Brody. (1988, Temmuz). *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* .

PARRAMAN, C. A. (1999). The Impact of Digital Thechnology on Printmaking. (s. 141-143). Bristol: Centre For Fine Print Research.

PARRAMAN, C. B. (1999). The Impact of the Collector on Current Printmaking Practice. *IMPACT Proceedings 1999* (s. 151-157). Bristol: Centre For Fine Print Research.

SASAKI, S. (2011). Uluslararası Gelişimde Grafik Tasarımın Rolü. *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (101), 1-3.

SEMENOFF, N. (1993). Waterless Lithography Using Traditional Grained or Commercial Photosensitive Plates. *Leonardo* , 26 (4), s. 303-308.

SINCLAIR, M. (2003 Mart). What Touches You is What You Touch. *Creative Review* , s. 50-52.

SHEMILT, E. (1999). Limited Edition, Unlimited Image. *IMPACT Proceedings 1999*, (s. 77-93). Bristol.

REEVES, K. J. (1999). The Re-vision of Printmaking. *IMPACT Proceedings 1999* (s. 69-75). Bristol: Centre for Fine Print Research.

REEVES, K. J. (2000). The Re-vision of Printmaking. *Orta Amerika Baskı Konseyi Konferansı*. Purdue University.

RIVADULLA, E. J., & GIBBS, J. (2000). The Film Poster in Cuba (1940-1959). *Design Issues* , 16 (2), 36-44.

RIGBY, I. K. (1984). German Expressionist Political Posters 1918-1919: Art and Politics, a Failed Alliance. *Art Journal* , 44 (1), 33-39.

TRIGGS, T. (2006). Scissors and Glue: Punk Fanzines and the Creation of a DIY Aesthetic. *Journal of Design History* , 16 (1), 69-83.

ÜLKÜTEKİN, D. (2011, 10 16). Dünya Kapitalizmin Kapısında. *Cumhuriyet Pazar* (1334), s. 4.

WEINBERG STABER, M. (1993). Poster Persuasion. *The Journal of Decorative and Propaganda Arts* , 19 (Swiss Theme Issue), 63-83.

VINH, K. (2011). Yeni Denge: Yazılımlar tasarımcıların internetteki yaratımlarını nasıl değiştirecekler? (O. TÜLÜ, Ed.) *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar* (100), 3.

İNTERNET

America at Work: WPA Prints from the Gibbes Collection. (2006, Ağustos 25). Eylül 12, 2009 tarihinde <http://www.tfaoi.com/aa/6aa/6aa460.htm> adresinden alındı

Art or Not? Shepard Fairey. (2010 26-Ocak). Erişim 2011 02-Kasım from You Tube: http://www.youtube.com/watch?v=8_8_rk4cRj4&feature=related adresinden alındı

BARTHES, R. (1968). *The Death of the Author*. Erişim 2011 22-09 from Ubu Web / Ubu Web Papers: [http://www.tbook.constantvzw.org/wp-content/death_ authorbarthes.pdf](http://www.tbook.constantvzw.org/wp-content/death_authorbarthes.pdf) adresinden alındı

BIERUT, M. (2002). A Manifesto with Ten Footnotes. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Closer Four: Crutical Writings on Graphic Design* (s. 26-32). New York: Allworth Press.

BIERUT, M. (2002). State of the Arts. In M. BIERUT, W. DRENTTEL, & S. HELLER (Eds.), *Looking Clouser Four: Critical Writings on Graphic Design* (p. 181). New York: Allworth Press.

BLAUVELT, A. (1994). *Emigre Essays, In and Around: Cultures of Design and the Design of Cultures Part I*. Erişim 2009 21-Aralık from Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=23> adresinden alındı

BLAUVELT, A. (1995). *Emigre Essays, In and Around: Cultures of Design and the Design of Cultures Part II*. Erişim 2009 21 Aralık from Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=24> adresinden alındı

BEYKAL, C. (2010, Haziran 7). *Isuu: Biçim tüketimi İzler*. (S. C. NAR, Dü.) Ağustos 1, 2011 tarihinde Isuu: <http://issuu.com/srnysn/docs/cizgidisidergisayi6> adresinden alındı

CARIDAD, P. (2011, Ocak 12). *The Bold and Bright Design of Anthony Burrill*. Kasım 15, 2011 tarihinde Visual News: <http://www.visualnews.com/2011/01/12/the-bold-and-bright-design-of-anthony-burrill/> adresinden alındı

CHANTRY, A. (2002, Kasım 18). Exclusive Interviews. (C. MAY, Röportajı Yapan) Speak Up.

CHANTRY, A. (1998, Mayıs 31). Talkin' Shop with Art Chantry. (P. BRODERICK, Röportajı Yapan) Rotodesign.

COLES, A. (2006). *Dialogical Design: M/M and Desing's Interface with Art*. Erişim 2011 10-Kasım from M/M Paris: http://www.mmparis.com/texts/mm_coles.gif adresinden alındı

EVANS, P. (2008, Ocak 17). *Art Chantry on Creativity and Design*. Kasım 17, 2011 tarihinde HOW Design: <http://www.howdesign.com/design-creativity/design-inspiration/art-chantry/> adresinden alındı

DAVIS, A. (2010 17-Aralık). *Exclusive: Olly Moss Reimagines Original Star Wars Trilogy for Mondo*. Erişim 2011 11-Kasım from Wired: <http://www.wired.com/underwire/2010/12/olly-moss-star-wars-mondo/> adresinden alındı

DAHLQVIST, D. (2001). *Franska Revolutionen ar en ren Formsak*. Erişim 2010 10-12 from M/M Paris: http://www.mmparis.com/texts/mm_dahlqvist.html adresinden alındı

Denver Art Museum. (2009). *The Psychedemic Experience: Rock Posters from the San Francisco Bay Area, 1965-71*. Erişim 2009 28-Aralık from Traditional Fine Arts Organization: <http://www.tfaoi.com/aa/8aa/8aa519.htm> adresinden alındı

Design Museum. (2004 04-Şubat). *M/M (Paris) Somewhere Totally Else: The European Design Show*. Erişim 2011 11-Kasım from The Fashion Spot: <http://www.thefashionspot.com/f81/m-m-paris-graphic-designers-1260.html> adresinden alındı

DI LIETTO, D. (2009 18-Aralık). *LCS: Interview: Nate Williams*. Erişim 2011 20-Kasım from LCS: The Illustration News Portal:

<http://www.thelittlechimpsociety.com/2009/12/lcs-interview-nate-williams/#more-1577> adresinden alındı

DIY Culture. (2011, 09 29). 10 01, 2011 tarihinde Wikipedia:
http://en.wikipedia.org/wiki/DIY_culture adresinden alındı

DOOLEY, M. (1994). *Emigre Essays*. Erişim 2009 21-12 from Emigre:
<http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=32> adresinden alındı

FAIREY, S. (2007 21-Aralık). *Shepard Fairey "Imperfect Union"*. Erişim 2010 13-Nisan from You Tube:
<http://www.youtube.com/watch?v=IAJnhQ1T33E&feature=related> adresinden alındı

FAIREY, S. (2007 07-Aralık). *Shepard Fairey Arranges His Works for Imperfect Union*. Erişim 2008 12-Şubat from You Tube:
<http://www.youtube.com/watch?v=o7bCYSbvEsc&feature=related> adresinden alındı

FAIREY, S. (2006 09-Aralık). *Shepard Fairey Studio Interview - Johnathan LeVine Gallery*. Erişim 2011 03-10 from You Tube:
<http://www.youtube.com/watch?v=Z53XuUhlmuY&feature=related> adresinden alındı

FAIREY, S. (2009 05-Şubat). *Shepard Fairey - Supply & Demand*. Erişim 2011 02-11 from You Tube:
<http://www.youtube.com/watch?v=Ox1LByeDIzs&feature=related> adresinden alındı

FRANCEY, M. (2008, Kasım 18). *American Printmakers and Federal Art Project*. Aralık 28, 2009 tarihinde Traditional Fine Arts Organization:
<http://www.tfaoi.com/aa/8aa/8aa192.htm> adresinden alındı

FOUCAULT, M. (1969). *What is an Author?* Erişim 2011 22-09 from <http://wiki.brown.edu/confluence/download/attachments/74858352/FoucaultWhatIsAnAuthor.pdf?version=1&modificationDate=1296272754000> adresinden alındı

GARG, R. (2008). *Americanization Versus Globalization*. Ocak 12, 2009 tarihinde DOCSTOC: <http://www.dosstoc.com/docs/21484911/AMERICANIZATION-VERSUS-GLOBALIZATION> adresinden alındı

GILL, R. (2011 08-Haziran). *Printmaking Lives on in Digital Age*. Erişim 2011 11-Kasım from The Age: <http://www.theage.com.au/entertainment/art-and-design/printmaking-lives-on-in-a-digital-age-20110608-1fszb.html> adresinden alındı

Grain Edit. (2007 01-Aralık). *Jason Munn Interview*. Erişim 2011 02-Kasım from Grain Edit: <http://grainedit.com/2007/11/01/jason-munn-interview> adresinden alındı

IBARRA, D., & BYZEWSKI, M. (n.d.). *Biography*. Erişim 2011 11-09 from Aesthetic Apparatus: <http://aestheticapparatus.com/particles.php?subsection=biography> adresinden alındı

IBARRA, D., & BYZEWSKI, M. (2010 10-Ağustos). *Creative Seed initiative: Aesthetic Apparatus*. Erişim 2010 15-Eylül from Youtube: http://www.youtube.com/results?search_query=Creative+Seed+Initiative%3A+Aesthetic+Apparatus&aq=f adresinden alındı

HANKS, R. (2009 20-Ağustos). *Who'd Have Thought It*. Erişim 2010 31-Ağustos from New Statesman: <http://www.newsatesnan.com/books/2009/08/ideas-series-penguin-winder> adresinden alındı

HELLER, S. (2010). *About*. Kasım 20, 2011 tarihinde Patrick Thomas: http://www.patrickthomas.com/_html/_eng/about.html adresinden alındı

HELM, J. (2000). *Emigre Essays: Saving Advertising*. 12 21, 2009 tarihinde Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=25> adresinden alındı

HOWARD, A. (1994 Summer). *Eye Magazine: There is Such a Thing as Society*. Erişim 2011 29-07 from Eye Magazine: <http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=42&fid=53> adresinden alındı

JOHNSON, H. (2006). *Digital Fine-Art Printing Comes of Age*. Erişim 2011 11-Kasım from Stan Sherer: http://www.stansherer.com/Iris_2.htm adresinden alındı

John. (2011 11-Mart). *Jason Munn*. Erişim 2011 03-Kasım from Ballista Magazine: <http://www.ballistamagazine.com/features/jason-munn/> adresinden alındı

KING, E. (2003). *M/M Paris*. Erişim 201115-Kasım from M/M Paris: http://www.mmaris.com/texts/mm_king.html adresinden alındı

KEEDY, M. (1998). *Emigre Essays: Graphic Design in the Postmodern Era*. 12 21, 2009 tarihinde Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=20> adresinden alındı

KEEDY, M. (1995). *Emigre Essays: An Interview with Rick Poynor*. Erişim 2009 21-12 from Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=36> adresinden alındı

KEEDY, M. (1995). *Emigre Essays*. Erişim 2009 21-12 from Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=36> adresinden alındı

LAPPIN, C. (2007 20-Haziran). *Poster Boy*. Erişim 2011 02-Kasım from Metropolis Magazine: <http://www.metropolismag.com/story/20070620/poster-boy> adresinden alındı

LICKO, Z., & VANDERLANS, R. (1989). *Emigre Essays*. 12 21, 2009 tarihinde Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=19> adresinden alındı

M/M Paris. (1998). Design in the Expanded Field. (L. BOVIER, Interviewer)

MARKS, B. (2011 18-Temmuz). *Poster Boy Wonder*. Erişim 201103-Kasım from New York Times: <http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2011/07/18/poster-boy-wonder/> adresinden alındı

MILLIE, E. G. (1984). College Poster Art. *Art Journal* , 44 (1), 58-61.
Minneapolis Institute of Arts. (2007). *San Francisco Psychedelic*. Erişim 2011 28-Aralık from Traditional Fine Arts Organization: <http://www.tfaoi.com/aa/7aa/7aa712.htm> adresinden alındı

MORSE, C. (2003, Şubat). *Theory of the Anti-Globalization Movement*. Ekim 16, 2011 tarihinde New Formulation: <http://www.newformulation.org/1antiglobalization.htm> adresinden alındı

NEGROPONTE, N. (1995). *Being Digital*. 10 10, 2011 tarihinde Contents of Online Version: <http://archives.obs-us.com/obs/english/books/nn/bdcont.htm> adresinden alındı

OK GREAT. (2009 Nisan). *OK Q&A: Jason Munn & The Small Stakes*. Erişim 2011 03-Kasım from OK Great: <http://www.okaygreat.com/2009/04/jason-munn-interview-giveaway/> adresinden alındı

PEARSON, D. (2008 Temmuz). *Penguin Books Great Ideas*. Erişim 2011 14-Kasım from Objets Livres: <http://www.objetslivres.fr/Penguin-Books-Great-Ideas.html> adresinden alındı

Play Grounds. (2010 14-Aralık). *Nate Williams Fonts*. Erişim 2011 20-Kasım from Play Ground Festival:

<http://www.playgroundsfestival.nl/blog/nate%20williams%20fonts/> adresinden alındı

POYNOR, R. (1999). *Emigre Essays: First Things First Revisited*. 12 21, 2009 tarihinde Emigre: www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=13 adresinden alındı

Santa Barbara Printmakers. (2010 Ocak). *Printmaking and technology: Interview with Elaine LeVasseur*. Erişim 2011 11-Kasım from Santa Barbara Printmakers Blog: <http://sbprintmakers.blogspot.com/2010/01/printmaking-and-technology-interview.html> adresinden alındı

SHAUGHNESSY, A. (2011 15-08). *The Part designers have played in the London riots*. Erişim 2011 19-09 from Observatory: Design Observer: <http://observatory.designobserver.com/feature/> adresinden alındı

Southern Alleghenies Museum of Art. (2003). *The Art of the Music Poster of the 60s and 70s*. Erişim 2009 28-Aralık from Traditional Fine Arts Organization: <http://www.tfaoi.com/aa/3aa/3aa533.htm> adresinden alındı

STERN, M. (2011 09-Mayıs). *Olly Moss: The Savior of Movie Posters*. Erişim 2011 11-Kasım from The Daily Beast: <http://www.thedailybeast.com/articles/2011/05/09/olly-moss-the-savior-of-movie-posters.html> adresinden alındı

RAWSTHORN, A. (2008 11-Ocak). *M/M Paris: Art, Commerce and Communication, All in One*. Erişim 2011 15-Kasım from The New York Times: <http://www.nytimes.com/2008/01/11/style/11iht-design14.html?pagewanted=all> adresinden alındı

ROSSMAN, M. (2007). *Social Serigraphy in the Bay Area, 1965-85*. Erişim 2009 23-Kasım from Michael Rossman:

<http://www.mrossman.org/posters/socialserigraphy/socialserigraphy.html> adresinden alındı

TANYELİ, U. (2007, Nisan). *Esen Karol'la E-Posta Söyleşisi*. Temmuz 9, 2011 tarihinde BoyutPedia:

http://www.boyutpedia.com/default~ID~1992~ID~67347~link~esen_karol'la_e-posta_soylesisi.html adresinden alındı

TERZIAN, P. (2009). *Interview with David Pearson*. Erişim 2011 20-Eylül from Print Magazine: <http://www.printmag.com/article/interview-with-david-pearson> adresinden alındı

The Shimmy Shake. (2009 29-Ocak). *An Interview with Jason Munn!* Erişim 2011 03-Kasım from The Shimmy Shake:

<http://theshimmyshake.blogspot.com/2009/01/interview-with-jason-munn.html> adresinden alındı

ULESHKA. (2006 -23-06). *Johnathan Barnbrook about responsibilities in design*. Erişim 2011- 19-09 from PingMag: <http://pingmag.jp/2006/06/23/jonathan-barnbrook-about-responsibilitie-in-design/>

WALTER, B. (1935). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. 10 06, 2011 tarihinde

<http://design.wishiewashie.com/HT5/WalterBenjaminTheWorkofArt.pdf> adresinden alındı

Wikipedia. (2001, Eylül 4). *World Trade Organization Ministerial Conference of 1999 Protest Activity*. (Wikipedia, Prodükör) Ekim 16, 2011 tarihinde

Wikipedia:

http://en.wikipedia.org/wiki/World_Trade_Organization_Ministerial_Conference_of_1999_protest_activity adresinden alındı

WILD, L. (1996). *Emigre Essays: That was then, and this is now: but what is next?* 12 21, 2009 tarihinde Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=18> adresinden alındı

WINDER, S. A. (2010 28-Ağustos). *Brain Candy: Simon Winder on Penguin's Great Ideas Series*. Erişim 2011 11-Eylül from The Guardian: <http://www.guardian.co.uk/books/2010/aug/28/penguin-great-ideas-simon-winder>

WINDER, S. B. (2010 01-Eyül). *Editor Simon Winder Looks Back on a Curious Attempt to Make Philosophy Popular*. Erişim 2011 20-Ekim from The Penguin Blog: http://thepenguinblog.typepad.com/the_penguin_blog/2010/09/glazed-shaky-politically-and-philosophically-confused-i-have-just-finished-up-editing-the-100th-and-last-penguin-great-ide.html adresinden alındı

WRIGHT, E., WHITE, G., SLACK, W., RAWLENCE, C., McLAREN, I., LAMBERT, S., et al. (2007 30-Ekim). *First Things First, 1964*. Erişim 2011 01-08 from Manifestoism: <http://manifestoism.wordpress.com/2007/10/30/first-things-first-1964> adresinden alındı

VANDERLANS, R. (1996). *Emigre Essays: Copping an Attitude*. 12 21, 2009 tarihinde Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=2> adresinden alındı

VANDERLANS, R. (1996). *Emigre Essays: Graphic Design and the Next Big Thing*. 12 21, 2009 tarihinde Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=15> adresinden alındı

VANDERLANS, R. (2000). *Emigre Essays: The Emigre Legacy*. 12 21, 2009 tarihinde Emigre: <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=12> adresinden alındı

VERAS, T. (2011 30-Haziran). *Interview with Illustrator Nate Williams*. Erişim 2011 20-Kasım from FMM: <http://fashionablymarketing.me/2011/06/nate-williams-illustrator-interview/> adresinden alındı

VISO, O. M. (2009 07-Ağustos). *The Golden Age of American Printmaking 1900-1950*. Erişim 2009 28-Aralık from Traditional Fine Arts Organization: <http://www.tfaoi.com/aa/9aa/9aa175.htm> adresinden alındı

BELGESEL

BALDWIN, D., BEAUCHAMP, G., GREENWAY, J., NADEAU, M., SOUDER, K., WARLICK, M. (Prodüktörler), **BEAUCHAMP, G., SOUDER, K., SEXTON, T. J.** (Yazarlar), & **PARY, D.** (Yöneten). (2009). *Art & Copy* [Belgesel]. ABD.

BARNES, R., CROSSLEY-HOLLAND, D., DE'ATH, E., PHILIPS, J. (Prodüktörler), **HANLY, F., KENDALL, D., MILTON, M., & SMITH, P.** (Yönetenler). (2010). *The Virtual Revolution* [Belgesel]. Büyük Britanya.

CURTIS, A. (Yöneten). (2002). *The Century of Self Episode 1: Happiness Machines* [Belgesel], Büyük Britanya.

CROWELL, J. (Yöneten). (2011). *Brain Games* [Belgesel]. ABD.

ROPÖRTAJ

BERNERS-LEE, T. (2010). *The Virtual Revolution*. (D. A. KORTOSKI, Röportajı Yapan) BBC, Erişim: 12 Ekim 2011 tarihinde <http://www.bbc.co.uk/virtualrevolution/interviews.shtml> adresinden ulaşıldı.

FRY, S. (2010). *The Virtual Revolution*. (D. A. KROTOSKI, Röportajı Yapan)
BBC, Erişim: 12 Ekim 2011 tarihinde
<http://www.bbc.co.uk/virtualrevolution/interviews.shtml> adresinden ulaşıldı.

KAPOR, M. (2010). *The Virtual Revolution*. (D. A. KROTOSKI, Röportajı Yapan)
BBC, Erişim: 12 Ekim 2011 tarihinde
<http://www.bbc.co.uk/virtualrevolution/interviews.shtml> adresinden ulaşıldı.

KEEN, A. (2010). *The Virtual Revolution*. (D. A. KROTOSKI, Röportajı Yapan)
BBC, Erişim: 12 Ekim 2011 tarihinde
<http://www.bbc.co.uk/virtualrevolution/interviews.shtml> adresinden ulaşıldı.

RHEINGOLD, H. (2010). *The Virtual Revolution*. (D. A. KROTOSKI, Röportajı Yapan) BBC, Erişim: 12 Ekim 2011 tarihinde
<http://www.bbc.co.uk/virtualrevolution/interviews.shtml> adresinden ulaşıldı.

TURKLE, S. (2010). *The Virtual Revolution*. (D. A. KROTOSKI, Röportajı Yapan)
BBC, Erişim: 12 Ekim 2011 tarihinde
<http://www.bbc.co.uk/virtualrevolution/interviews.shtml> adresinden ulaşıldı.

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad: Ceren BULUT YUMRUKAYA

Doğum yeri ve yılı: Ankara, 1981

Yabancı Dil: İngilizce, İtalyanca

Eğitim:

Yüksek Lisans: 2006, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Grafik Anasantdalı

Lisans: 2003, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü

Lise: 1998, Selma Yiğitalp Lisesi / 1997 60. Yıl Anadolu Lisesi

İş tecrübesi: 2004 -... Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü

Alınan Burs ve Ödüller:

Genç Beyin Fırtınası Yarışması, Birincilik, 2002

İtalyanca Dil Eğitim Bursu, Floransa, 2004

Yayınları:

Corporate Social Responsibility in Culture and Arts, 2009, Management of Environmental Quality: An International Journal, Vol. 20 Iss: 3, s.311 - 320

Sergiler: