

# ALAN FLETCHER'İN GRAFİK TASARIM ANLAYIŞI VE BİR GRAFİK TASARIM GRUBU OLARAK PENTAGRAM

**Yusuf GÜVEN**

Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

**Dilek ÇULHA**

Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

## ÖZET

Kimi kaynaklar, grafik tasarımın tarihini yazının bulunmasına kadar götürse de, günümüz grafik tasarım anlayışının temelleri yirminci yüzyılın ilk çeyreğinde atılmıştır. Bilindiği gibi, grafik tasarım, 1919'da Almanya'da kurulan Bauhaus Okulu'nda kurumsal bir nitelik kazanır. Okulun Naziler tarafından 1931 yılında kapatılması ve faşist baskılar nedeniyle başka ülkelere kaçmak zorunda kalan eğitimcileri, 12 yıllık süreçte sayıca az ama hem teorik hem de uygulama alanında iyi eğitilmiş tasarımcıların yetişmesini sağlamakla kalmamış, sığındıkları ülkelerdeki grafik tasarımcıları da etkilemişlerdir. Özellikle Amerika, İsviçre ve İngiltere'de söz konusu hocalarla başlayan hareketlilik, grafik tasarımın kurumsal bir yapıya bürünmesinin ve gelişmesinin öncülü sayılabilir. Bu dönem, grafik tasarımın salt eğitimin değil; kişisel çabaların da önemli olduğu bir süreçtir. Bauhaus Okulu'nun önde gelen isimlerini yakından izleyerek, grafik tasarımın bugünkü algılanışını sağlayan tasarımcılardan biri de Alan Fletcher'dir. Paul Rand, Josef Albers, Robert Brownjohn, Ivan Chermayeff ve Tom Geismar'dan eğitim alan Fletcher, Bauhaus'un en çok ticaret ve endüstri dünyasının sanatla yakın ilişki içine girerek modern sistemlerle ortak bir çalışma platformu oluşturmak düşüncesinden etkilenmiştir. Bu fikir doğrultusunda, İngiltere'de Central School of Art'tan okul arkadaşı olan Collin Forbes ve Amerikalı reklamcı Bob Gill ile birlikte Fletcher/Forbes/Gill adlı tasarım şirketini kurarlar. 1972 yılında Kenneth Grange ve Mervyn Kurlansky'nin gruba katılımıyla ortak sayısı beşe çıkar ve gruba Pentagram (5 köşeli yıldız) adını verirler. 1992'de gruptan ayrılan Fletcher, 1994'de Phaidon yayın evinde sanat yönetmeni olarak çalışmaya başlar. Çalışmalarında asla taklit etmeyen bir tarz ile alışılmış kompozisyonlarla yapılmış o cansıkıcı savaş sonrası modernizmi belirgin bir şekilde kıran Alan Fletcher, 'fikir'le ilgili düşüncelerinin yanı sıra fikri uygulama biçimi ve güncel tasarım anlayışını takip etmesi, O'nun grafik tasarım tarihinde önemli bir yer edinmesini sağlamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Alan Fletcher, Pentagram, Grafik Tasarım, Reklam.

---

# THE CONCEPT ON GRAPHIC DESIGN OF ALAN FLETCHER'S AND PENTAGRAM AS A GRAPHIC DESIGN GROUP

## ABSTRACT

Even though some sources lean the date of graphic design on the beginning of writing, foundation of current concept on graphic design began on the first quarter of 20<sup>th</sup> century. As it is known, graphic design got the corporate identity in Bauhaus School built in Germany in 1919. The school was made to close in 1931 by Nazis, and many educators had to escape to other countries owing to Nazi compulsion; on the other hand, these educators lead to raise designers who are less but well-educated both in theory and in practice in 12 years process, and also these educators affect the designers in the countries that they settled. The occupational mobility, especially in Switzerland, America, and England, can be showed as the beginning of gaining corporate identity. This process shows that graphic design covers not only education but also self-effort, so it is much important. Alan Fletcher is the one who follows the educator from Bauhaus School and supplies current concept of graphic design. Fletcher, who is educated by Paul Rand, Josef Albers, Robert Brownjohn, Ivan Chermayeff, and Tom Geismar, is affected by the idea of Bauhaus, forming a shared platform which is reproduced by the combination of trade, industry, and art with the help of modern systems. In the light of this idea, his school mates from Central School of Art in England Collin Forbes, Bob Gill, an American Publicist, and he established Fletcher/ Forbes/ Gill Design Company in England. In 1972, Kenneth Grange and Mervyn Kurlansky became the partner of the firm was named as PENTAGRAM (5 angled star). In 1992, Fletcher split off the partnership and started to work as an art director in Phaidon Publishing. Alan Fletcher, who never follows the ordinary composition of boring after-war-modernizm and freezes that style out, is prominent on graphic design, by not only due to the "idea" but also due to the style of applying the idea and following current concept of design.

**Key Words:** Alan Fletcher, Pentagram, Graphic Design, Advertisement.

## GİRİŞ

Alan Fletcher, tasarımı 'bir gün her şeyi kapsayacak' düşüncesi ile yeniden yapılandıran anlayışıyla grafik tasarım çevrelerinde özel bir konuma sahip biridir.

1932 yılında Kenya'da doğan Alan Fletcher, babasının ölümünün ardından annesiyle birlikte İngiltere'ye yerleşir. Fletcher'ın çocukluğu, savaşın yarattığı baskıcı bir ortamda geçer. Tasarım eğitimine, İngiltere'de Central School of Art'ta başlayan Fletcher, tasarımın 'yaşanabilir bir dünya' olduğuna da yine burada karar verir. Fletcher, "1953'te *Royal Collage Of Art'ta FHK* [Frederick Henry Kay (1914-1990)] *Henrion'un kozmopolit bakışından fazlasıyla etkilenerek, tıpkı çağdaşları Derek Birdsall ve Peter Blake gibi İngiliz taşralılığına ve savaş sonrasında orta sınıf yaşam tarzına mesafeli yaklaşmıştır*" (Boyutpedia, 2008). 1956 yılında ABD'ye giden Alan Fletcher, New York Yale School of Art and Design'da burslu okuyarak tasarım dünyasına girer. O dönemde "ABD'nin tasarım anlayışını, II. Dünya savaşından sonra Avrupa'dan göçen tasarımcılar geliştirmiştir. İlk kez 1940'larda başlayan, özgün bir Amerikan tasarımı geliştirme çalışmaları, 1950'lerde olgunlaşarak uluslararası bir nitelik kazanmayı başarmıştır. Modernizm'i Amerikan grafik tasarımına uyarlayan grafik tasarımcıların önde gelenlerinden biri Paul Rand'dır" (Boyutpedia, 2008). Alan

Fletcher, bir yıl boyunca Paul Rand, Josef Albers, Robert Brownjohn, Ivan Chermayeff ve Tom Geismar'dan eğitim alır. Bu süreçte 'Fortune' dergisinin sanat yönetmeni Leo Lionni'nin yanında geçirdiği çıraklık deneyimleri ile birlikte kendi tasarım anlayışını da oluşturmaya başlamıştır.

*"1962 yılında tekrar Londra'ya dönen Fletcher, tasarım çalışmalarında bölgesel ve sanatsal öğelerle ortaya çıkan pop kültürünü, Avrupa geleneğiyle birleştirerek tasarımlarını biçimlendirir. Fletcher, Bauhaus akımından etkilenmiştir; ancak, çalışmalarında asla taklit etmeyen bir tarz ile alışılmış kompozisyonlarla yapılmış o cansıkıcı savaş sonrası modernizmi belirgin bir şekilde kırmıştır"* (Nytimes, 2006). Fletcher, Bauhaus'un en çok ticaret ve endüstri dünyasının sanatla yakın ilişki içine girerek modern sistemlerle ortak bir çalışma platformu oluşturmak düşüncesinden etkilenmiştir. Bu fikir doğrultusunda Central School'dan okul arkadaşı olan Collin Forbes ve Amerikalı reklamcı Bob Gill ile birlikte Fletcher/Forbes/Gill adlı tasarım şirketini kurarlar. *"Şirket, İngiliz reklâm endüstrisinin içine düştüğü sıradanlıktan bir an evvel kurtulması gerektiği fikrinden hareketle, yatırıma ve risk almaya teşvik eden yaratıcı projelerle bir anda dikkatleri üzerine çeker. Önceden belirlenmiş bir takım kavram modülüne bağlı kalmaksızın, konunun özgünlüğünden hareketle çıkarımsal üretmeye dayalı bu yeni anlayış, o dönemde yapılan çalışmaların hepsinde kendini gösterir"* (Nytimes, 2006).

Fletcher ve Forbes ikilisinin Reuters için yaptığı logo (Resim-1) tasarım endüstrisinde uzun süre kullanımda kalan ürün olarak hafızalarda yer eder. Basit ve



Resim- 1: Reuters Haber Ajansı için hazırlanmış logo, 1968.

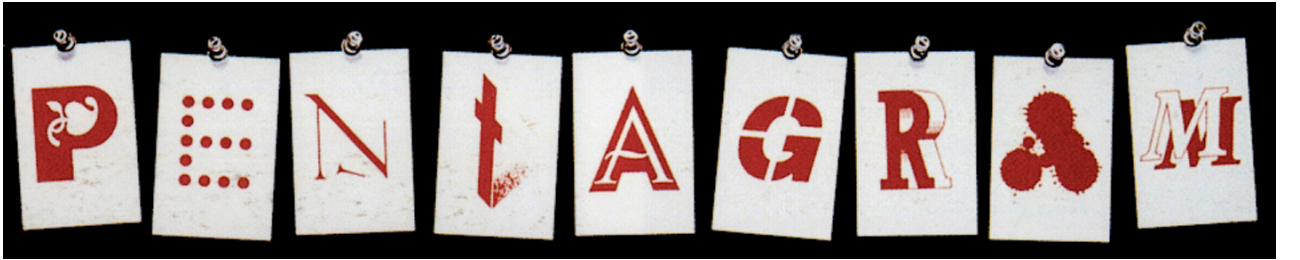
çağrışımlar uyandıracak şekilde Reuters Haber Ajansı için yapılan logonun her harfi, habercilikte kullanılan kağıt şeritleri anımsatan, zımbalanarak kesilmiş deliklerden oluşmuştur. Uluslararası haberlerin yayınlanmasında kullanılan kağıt şerit makinesinden esinlenen Fletcher, şirketin sektörünü çağrıştıracak şekilde Reuters sözcüğünden sekiz ana levha ve noktalardan oluşan bir logo tasarlamıştır.

Fletcher/Forbes/Gill tasarım firması, 1962 yılında Pirelli için de bir logo tasarlar (Resim-2 ). Tipografik bir esneklik ve 'Pirelli lastikleri ile virajlar artık daha güvenli' sloganıyla oluşturulan bu logo, İngiltere'de o zamana kadar alışılmadık bir kavrayışla yapılan ilk reklam çalışmasının da öznesi olarak kullanılır. Bu çalışma, grubun tasarım anlayışının simgesi haline gelmiştir. Grup, ilk defa fikir ile grafik elemanlarını bir tasarım yüzeyinde birleştirmiştir. Bu, grafik tasarımda o zamana değin benzeri görülmemiş bir durumdur.



## Resim- 2: İki katlı otobüs tekerlekleri için Pirelli afişi, 1961.

Vogue dergisinin tasarım çalışmalarını da yapan grup, diğer firmaların tasarımlarını oluşturmak için tercih edilir duruma gelmiştir. Savaş sonrası dönemde, Amerika'dan göçen diğer tasarımcılar da, İngiliz grafik tasarımında yerlerini alma çabasına girerek, ucuz tasarımla daha çok iş yapmayı denerler. Bu durumdan rahatsız olan Fletcher/Forbes/Gill tasarım grubu "1963 yılında D&AD olarak bilinen tasarım ve sanat yönetmenliği birliğini kurarlar. En iyi sanat ve tasarımlardan oluşan eserlerini sergilemek için gece-gündüz çalışırlar ve bu sergi için Hilton otelinin bazı duvarlarını kiralarlar. Sergiyi görmeye gelen firmalar, grubun ortaya çıkan performanslarından çok etkilenirler" ([designmuseum](http://designmuseum.com), 2008). Bu etkinlik, tasarımcı ve sanat yönetmenlerinin hatırı sayılır bir şekilde ücretlerinin artmasını sağlar ve aynı zamanda İngiliz endüstrisi içerisinde grafik tasarımın önemini artmasında büyük rol oynar. 1965 yılında Bob Gill gruptan ayrılır ve yerine mimar Theo Crosby katılır. Tasarım gruplarının isimlerini Crosby/Fletcher/Forbes olarak değiştirirler. Mimar Crosby'nin gruba katılması, tasarım anlayışlarının da değişmesine neden olacaktır. Örneğin, Shell firması için gerçekleştirdikleri tasarımlarda, firmanın sadece kurum kimliği çalışmalarını değil, aynı zamanda Shell firması garajının ön bahçesinin bitişine kadar olan alanı da dikkate alırlar. Bu yönüyle bakıldığında, grubun Shell firması için yaptıkları, -o güne değin yapılmamış- kapsamlı ve bütünlüklü düşünülmüş bir tasarım anlayışının ilk örneği olarak da değerlendirilebilir. Tasarım sorunlarına getirdikleri kapsamlı çözüm önerileri, kısa zamanda herkes tarafından kabul edilen başarılı çalışmaların doğumunu hızlandırır. 1972 yılında Kenneth Grange ve Mervyn Kurlansky'nin gruba katılımıyla ortak sayısı beşe çıkar. Ortakların soyadlarını kullanarak oluşturulacak tasarım grubu isminin söylenişi zor olacağından, gruba Pentagram (5 köşeli yıldız) adını verirler. Pentagram, beş köşeli yıldız anlamını mitolojik bir tanımdan alır. Pentagram, insanı temsil eden bir semboldür; günlük hayatta sahip olunan ruhsal enerjinin kullanılabilme durumudur. Ruh, hava, ateş, toprak ve su bileşenidir. Hava anlayış, bilgi ve iletişimi; ateş, insanın içindeki enerji ve cesareti; su sezgi, heyecan ve akıp giden düşünceyi; toprak da büyümenin gizemi ve bereketli doğanın sunduklarıyla insan ruhunun bileşimidir. Bu yönüyle Pentagram, iletişimi sağlamak için gerekli bilgiyi, tasarımda yapılmayana yapabilme cesaretini, sürekli kendini yenileyebilmeyi, insana seslenmek olarak logo tasarımına yansıtılmış ve içerdiği anlamlarla logonun biçimsel olarak da bütünleşmesi sağlanmıştır (Resim-3).



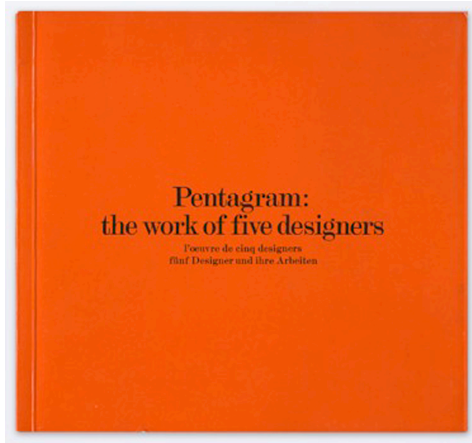
Resim-3: Pentagram Tasarım Grubu logosu, 1972

Pentagram grubu, tasarım çalışmalarının bir fikre bağlı gelişmesini, grafik elemanların doğru çözüm tekniklerini arayarak oluşturmuştur. Onlar, güzel sanatları diğer görsel sanatlarla birleştirerek, tasarım kavramının bütün görselleri etkileyebileceğini göstermiştir. Fikri, -en doğru biçimde- grafik anlatım araçlarıyla aktarmadaki yetenekleri, grubun çalışmalarında tasarımı özel bir statüye oturtur. "Gerçekleştirdikleri çok sayıda

görsel iletişim çalışmasında ortak bir tarzdan çok ortak bir tutum izlemek mümkündür. Grup, 'çözümü problemin belirlemesi' ilkesi ile konuları ele alır" (Bektaş, 1992: 225).

Pentagram grubunun çalışma özellikleri incelendiğinde ilginç bir yöntemle karşılaşılır: Grup beş ortakdan oluşmaktadır ve her ortak kendi altında çıraklık oluşturabilecek yaratıcı grubunu oluşturur. Her ortağın çalıştığı kavram birbirlerinden farklı olmasına karşın, beyin fırtınası yaratılarak diğer gruplarla bilgi alışverişi yapılır. Pentagram grubunun tüm kazancı ortaktır ve bir patron yoktur. Grup üyelerinden John Mac Connell, Pentagram'ın çalışma disipliniyi şöyle aktarır; "İş dünyasındaki klasik yapılanma, en üstte tanrının ve bolca temsilcinin bulunduğu bir piramittir. Bizde ise bol bol tanrı var. Bunların her biri kendi işini yürütür. Yani bir dizi küçük gruptan meydana geliyoruz. Uzaktan bakınca büyük görünüyor, çünkü ısınmak için birbirine sokulan bir sürü insan var. Kullandığımız bu sistem, tüm bireylere üstlerinde merkezi bir baskı hissetmeden, alabildiğince özgür kişisel eğilimlerinin doğrultusunda davranma olanağı tanıyor"(Gmk, 2007:19). Pentagram, birbirine disiplin olarak bağımlı, aynı zamanda tasarım olarak birbirinden bağımsız olma özelliğine sahip tasarım grubu olarak değerlendirilebilir.

1972 yılında Pentagram grubu, yaptıkları tasarım çalışmalarını anlatan 'the work of five designers' adlı bir kitap yayınladı (Resim-4). Bu kitap, tasarım grubunun kuruluşundan itibaren çalışmalarını 'Pentagram Raporları' adı altında düzenli olarak



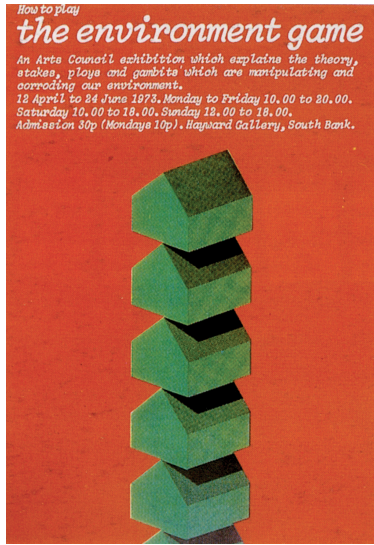
Resim-4: 'Pentagram: the work of five designers' kitabı, 1972.

yayınlanan raporlardan, kar amacı gütmeyen –biriktirilmiş- tasarımların bir araya getirilmesinden oluşmuştur. Dergilerde yayınlanan çalışmalarını da içeren kitabın giriş bölümüne Fletcher'ın yazdığı bir söz, O'nun ortaklık ve disiplinlerarası çalışmaya verdiği önemin bir ifadesidir. "Kendi alanlarında uzman birer tasarımcı olmamıza rağmen hepimizin tek bir ortak amacı var 'evrensellik'. Bunu da ancak alanlar arasındaki iletişimi artırarak ve kendi sınırlarımızın olabildiğince dışına taşarak başarabiliriz" ([designmuseum](#), 2008). Böylece sanat ve ticaret arasında sıkı bir bağ kuran grup, tüm güzel sanatlar ve görsel sanatları bir arada kompozede edebilmeyi başararak, geniş kapsamlı projelere imza atar. Alan Fletcher, Pentagramda kaldığı sürece yaptığı çalışmalarda (ve sonradan yapacağı bireysel çalışmalarda da) çift anlamlı sözcüklere, paradokslara eğilim duyduğunu ifade etmektedir. "Önemli olan probleme çözüm bulmak değildir. Esas yapılması gereken çözüme dair birtakım değerler katarak görsel sürprizler yakalamaktır. Her şeyden evvel bir esprî bulmak önemlidir" ([designmuseum](#), 2008). sözleri O'nun tasarıma yaklaşımını açıklamaktadır. Fletcher'ın kavramsal şaşkınlığına, 1962 yılında Pirelli terlikleri için hazırladığı tasarım da örnek gösterilebilir (Resim- 5).



Resim -5: Pirelli terlikleri için otobüs üzeri reklam çalışması, 1962. (Fletcher/Forbes/Gill)

Fletcher, bu çalışmasını iki katlı otobüsün üst katında hemen camın altına yapıştırılacak şekilde (camın arkasında oturan insanların bedenlerini gösterecek biçimde) hazırlamış ve yolcuları da tasarımı tamamlayan birer eleman olarak kullanmıştır. Alan Fletcher, tasarımda espri anlayışı ve hınzırlığı şöyle açıklar; “*Hınzırlık, daha önce kimsenin kuramadığı bağlantıları kurabilmektir. Hınzırlık, farklı şeyler arasındaki benzerliği, benzer şeyler arasındaki farklılığı ortaya çıkarır. Hınzırlık, anlamsızlıktan anlam yaratır*” (Grafist 5, 2001: 96). Bu düşünceler, Fletcher’ın tasarım anlayışını özetler niteliktedir. Örneğin “*‘how to play the environment game’ (çevre oyunu nasıl oynanır) adlı kentsel çevreyi konu alan bir sergi afişinde ‘monopoli’ oyununda kullanılan sembolik ev biçimlerini üst üste dizerek, onları tasarım nesnesi haline getirir*” (Bektaş, 1992: 227). (Resim- 6).



Resim -6: Çevre Oyunu Nasıl Oynanır afişi, 1973.

1990’lı yılların başında İngiltere’de ortaya çıkan ekonomik kriz, tasarım dünyasında da ucuz ve niteliksiz işlerin yapılmasına neden olur. Pentagram grubu da bu krizden etkilenir. Alan Fletcher, bu durumda çalışmaktan hoşlanmaz ve 1992’de gruptan ayrılır. Pentagram yeni ortaklar edinerek tasarım dünyasında yol almaya devam eder. Bu dönemde “*grafikçiler Londra’da Colin Forbes ve Alan Fletcher tarafından kurulup kısa sürede yabancı ülkelerde de şubeler açan Pentagram gibi stüdyolarda toplanırlar*” (Weill, 2008: 100). Dünya metropollerinde şubeler açan Pentagram grubu, ortaya koyduğu bu yapılanma ile uluslararası tasarım kuruluşu

olmanın tüm özelliklerini sergilerken, özgün ve başarılı grafik çalışmalarıyla da örnek ürünler yaratmıştır ve başarısını günümüzde de sürdürmektedir.

1994’de Fletcher, Phaidon yayın evinde sanat yönetmeni olarak çalışmaya başlar. *“Fletcher ile Phaidon’un birlikteliği yaratıcı tasarımcıların parasal kaygılar gütmeksizin özgürce çalışabildikleri farklı nesil sanatçıların birlikte deneysel çalışmalara giriştikleri bir kurtarılmış bölge haline gelmiştir”* (Boyutpedia, 2008). Aynı zamanda çalışmalarına evindeki stüdyoda devam eden Fletcher deneysellik, merak ve yaratıcılığın birikimi ile bütünleştirdiği, ‘labirent’ ya da ‘işaret eden el’ gibi belli başlı temalar etrafında dönen, bugün grafik tasarımın en yetkin yapıtları olarak kabul edilen ürünler ortaya koyar. Tüm yaşamını tasarıma adanmış olan Fletcher, tasarımı şöyle tanımlar; *“Tasarım, bir düşünceyi geliştirmekle onu yaşama geçirecek araçlar arasında olup bitendir. Bu, bir resim yapmak, kitap yazmak, askeri harekât düzenlemek veya bir ticari girişim başlatmak gibi büyük bir şey, ya da bir parti düzenlemek gibi ufak bir şey de olabilir. Kısacası, tasarım amaç ve yapım arasında zekice kotarılmış bir denklemdir. Ve sayıları az da olsa, yaşamın üretime, iletişime ve yere bağlı hoşluklarına biçim vererek geçimlerini sağlayan insanlar vardır. Kendilerine tasarımcı derler. Onlar sanat dünyasının mavi-yaka işçileridir”* (Grafist/5, 2001:82). Bu görüşlerle Alan Fletcher, sanatı ticaretin içine sokma çabasına karşı sanatın başka bir özelliğini vurgular; bu da tasarımcının fikrinin veya tasarlarken oluşan içgüdüsel zevkin ‘tanımsız karşılığı’dır. Fletcher 1994 yılında 40 yıllık çalışma hayatını konu alan ‘Beware wet paint’ (değmesin yağlı boya) başlıklı bir de kitap yayımlar (Resim- 7). Kitap kapağının tipografik yorumu, tam da Fletcher’ın tasarım anlayışını yansıtır. Kapak çalışmasında renkli sulu (akıcı) boyalar kullanır. Tasarımın oluşumunda başlık, yazılır yazılmaz kitap kapağı dik duruma getirilerek.



Resim- 7: ‘Beware Wet Paint’ (değmesin yağlı boya) kitap kapağı, 1994.

boyaların akışı sağlanmış ve tipografiye hareket kazandırılmıştır. Bu tasarımda Fletcher, düşünceyi oluşturan görsel metni söylenenin tam tersi anlamı kastedecek bir biçimde tasarlarken, ıslak boyadan neden sakınılması gerektiği konusuna ironik bir çözüm getirmiştir. Söylenen eylem(!) ciddi görüntüsünün ardında karşıt düşünceyi barındırır. Bir tasarımda ironik anlatım biçimi mizahtan farklıdır, eleştirel tavır belirtir. Bu kitabın içeriği, Fletcher’ın tecrübelerinden yola çıkarak tasarımcının tasarımda dikkat etmesi gereken anlam kaymaları ve çözümleme tekniklerine yöneliktir. Tasarımcıların karşılaşılabilecekleri sorunların gerçek sonucunu görüntüde

---

gizleyerek, yapılan hatayı ‘öylesine bir aktarılmış’ gibi sunar. Tipografiye ters anlam yükler; kelimeleri, kullandığı anlamın tam tersinin algılanmasını sağlamak için düşünsel eylemden geçirir. Bu tarz bir tasarım, bilgiyi aktarmada ‘dolaylı’ izlenimi verebilen zeka ile oluşturulmuş aktarım biçimidir. Tasarımda ironi; birçok doğru bilinen, değişmeyen, gerçek kabul edilen dogmaların her zaman karşıt bir fikri olabileceğini vurgulayan bir yöntem biçimidir ve tasarımda ima edilen şeyin izleyici tarafından algılanmasını gerektirir.

Alan Fletcher, çalışmalarında daha çok el çizimine önem veren bir tasarımcıdır; bu durum O’nu özgün tasarımcılar arasına yerleştirir. Alan Fletcher, el çiziminin tasarımdaki önemini; “Eskiden çizim derslerine gitmekten nefret ederdim. Ama bunun nedeni, çizim derslerinin 6H kalemlerle yapılıyor olmasıydı. Benim için çizim bu değil, bambaşka bir şey. Daha çok resimle not almaya benziyor. Bir şeyi çizmezseniz, onu gerçekten görmüş sayılmazsınız, onu tam anlamıyla görebilmek için en azından zihinsel olarak çizmeniz gerekir. Çizmek, nesnelere bakmanızı sağlar. Üstelik iyi çizim yapıyor olmanız da gerekmez. Benim çizimlerim de çok iyi sayılmaz, ama çizim yapmanın duysal sürecinden çok keyif aldığımı söyleyebilirim” (Grafist/5, 2001:84) diye özetler. Özellikle tasarımcıya ait el yazısının önemini ‘kullanışlı’ olarak tanımlar ve ekler; “Bir gün ‘neden bir katalog açıp, 2000 fontun arasından Baskerville mi veya Blindfish mi kullansam; kalın mı olsa yoksa sıkıştırılmış mı diye karar vermek zorundayım ki? Neden yazımı kendim yazmıyorum?’ diye düşünmüştüm. Çizimle yazıyı bir bütün olarak karalayiverme düşüncesi çok hoşuma gitti. Ayrıca resimle yazının bir araya gelişi çoğu zaman tasarıma ek bir alan katabiliyor” (Grafist/5, 2001: 84). Fletcher aynı zamanda tasarımcının her zaman yanında taşıyabileceği bir eskiz defteri ve kalemlerin olması gerektiğini de savunur. Ona göre hayattan alınacak bir kesit, birçok sorunun cevabını verecektir.

Alan Fletcher’e yöneltilen ‘tasarım sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?’ sorusuna verdiği cevap çarpıcıdır. “Birine bisiklet üzerinde dengesini nasıl koruyacağını açıklamaya çalışmak beyhude bir çaba olur. Deneyimler ve kuramlar yoluyla tasarım sürecini açıklamak aynen buna benzer. Bence, tasarımı bir sorun çözme biçimi olarak tanımlamak, yaratıcı düşünceyi değil, rutin çalışmayı anlatmış olur. Gerçek şu ki, tasarımcılar, sorunlarla oyun oynamaya bayılır. Her sorun, onlar için kişisel bir meydan okuma halini alır ve dolayısıyla bir tasarımcıya elindeki çözüme nasıl ulaştığını sorduğumuzda ondan alacağımız yanıt, büyük olasılıkla duymayı beklediğinizi sandığı yanıtın fazlası olmayacaktır. ‘Birden aklıma esiverdi’ yanıtından başka hemen her şey olabilir bu, bir dervişin meditasyon sırasında yerden yükselmesi gibi mistik bir deneyim, veya bir leoparın postunu değiştirmesi gibi büyümlü bir şey gibi. Bana gelince durumu özetlemeye çalışır, hafiften geriye çekilip yeni düşünceler ararım. Bu arayış, keşfi, tanımlamayı ve değerlendirmeyi içine alan, içgüdüsel bir süreçtir. Karşı çıkış veya gelişme. **Kesin kurallar ve reçeteler yoktur.** İnsan birkaç saniye içinde bir eylemler dizisini delip geçebilir, bir adımdan diğerine kıvrılarak ilerler, bazen her şeye tersinden yeniden başlar, bir noktadan diğerine rast gele sıçrar veya sörfçülerin ‘hang ten’ dediklerini yapar, ayak parmaklarını sörfte gömüp kendini dalganın zirvesine bırakır. Öte yandan bu iş için üç temel koşulu olduğunu söyleyebilirim: Birincisi, zihinsel akrobasi becerisidir, bu sayede insanın akli hazır verilerle hokkabazlık yaparken olasılıkların çevresinde pedal çevirebilir. İkinci koşul, **bir çocuk kadar saf, bir dindar kadar adanmış ve bir donanma kadar azimli olmak.** Ve üçüncü koşul prensinizi bulmadan önce sürüyle kurbağa öpmeye yetecek kadar motivasyonunuzun (istek) olması; ki, bunların tümü sonuçta tek bir şeye karşılık geliyor: Duyusal heyecanların yoğunlaştığı o noktayı hedeflemek ...” (Boyutpedia, 2008). Bu görüşleriyle Fletcher, tasarımda da fikrin soruna yönelik çözüm biçiminde kesin bir doğrunun olması sınırlarını ortadan kaldırır. Alan Fletcher’a göre tasarımda fikir ile bilgiyi bütünleştirerek birçok sonuca ulaşılabilir. Önemli olan, tasarımı çözümlerken (olumlama-olumsuzlama, ciddi-gülünç, ne olacağına tasarımın gelişim sürecinde karar veriliyor olmasıdır. Fletcher için

hiçbir şey kavramın araştırılarak ortaya çıkan fikrinden daha önemli değildir. Çünkü doğru çözümlenmiş bir fikir, insanların duygularını harekete geçirerek düşüncesini etkilemeyi başaracaktır.

Alan Fletcher'ın yayınladığı birçok kitap ve aldığı pek çok tasarım ödülü vardır. 2001 yılında yayınlanan 'the art of looking sideways' (yandan okuma sanatı) (Resim -8) isimli kitabı, tasarımcılar için 'ilham verici' diye tanınlanmaktadır. Bin sayfanın üzerinde olan kitap, görsel düşünme üzerine görülmeye değer bir bilimsel inceleme, tasarımcının duyguları, fikirleri ve karar vermeden önce bilinmesi gereken şartlar ve değer hükümlerini örnekleyen bir kitaptır. Aynı zamanda kitap kapağında tipografi, yanlamasına okutulabilecek şekilde yerleştirilmiştir. Fletcher bu kitabın kapağını 'giydirilmiş ceket' olarak tanımlar. Kitap, bu ceketini üzerinden çıkarsa da kitap hakkında bilgiyi üzerinde barındırmayı sürdürür. Fletcher, kitap kapağını kitabın içindeki yan anlamları barındıran bazı sorulardan veya düşündürücü ve birbirinden bağımsız cümlelerden oluşturmuştur. Aslında hepsi tasarımın tanımını verir ve 'hayal kurmanın' gücünü gösterir. Bu cümleler şunlardır:

- Karanlıkta oluşan renkler ve sözde parıltılar oluşturan sözcükler.
- Hızlılık; asıl işinden başka bir iş ile uğraşarak hayaller kurmak ve düşündürmektir.
- Az olması gerekenden fazla olursa, mor bir ineği nasıl görürsün?
- Seyretmek, düşündürmektir.
- Gürültülü bir şekilde sonuna kadar yaşamak için sol görüşlü müsün?
- İşte size altın mana 'hurda satın al, antika olarak sat'.
- Kafalarda oluşan fikirlere, fikir gözüyle bakmak.
- Bakmak dinlemektir.
- Bir android elektrikli koyunun hayalini kurabilir mi?
- %72.8'i su olan birisini sevmek, hayal gücünün parlak bir zaferidir.
- Kendi kendine bilgisizliği öğret, işte bu en hassas konu.



Resim- 8: 'The Art of Looking Sideways' kitabı ve kitap kapağı, 2001.

Bu cümleler, kitap içeriğinin kapak tasarımına veciz sözler biçiminde yansımalarıdır ve tasarım konusunda olması gereken yaklaşım biçimlerinin Alan Fletcher'a göre tanımlarıdır.

Alan Fletcher'ın 'fikir'le ilgili düşüncelerinin yanı sıra onu uygulama biçimi ve güncel tasarım anlayışını takip etmesi, O'nun grafik tasarım tarihinde önemli bir yer edinmesini sağlamıştır. Fletcher'ın

tasarıma bakış açısını anlamak, bu işten ne kadar keyif aldığını anlamaktır bir bakıma. Tasarımlarında her fikri kendine özgüdür ve sınırlandırılmamış bir özgürlüğe sahiptir. Fletcher oluşabilecek tüm fikirleri sıralar, bağlantılar kurar ve hınzır düşüncüyü çekip çıkartır. Var olan tüm objeler, tasarımın nesnesi olabilir; yeter ki, mantık olarak doğru bağlantı kurulabilecek uygun çözüm tekniği ile birleştirilebilirler. Yerleşmiş kavramları alt-üst eden ve yeniden yorumlayarak başka bir açıdan nasıl gözükebileceğinin araştırmasını yapan Fletcher, her zaman yeniyi keşfe çıkar. Alan Fletcher'ın, zamana karşı sürekli keşfe koşuyor olması ve fikrini mizahi düşünceyle aktarma yetkinliği, tasarımın gelişim sürecinin başka bir yüzünü gösterir bize. Fletcher'ın çözüm arayışlarında ulaştığı bu başarının odağında, 'görsel elemanları birleştirmek, düzenlemek, tasarım alanında uygun bir yer aramaktan çok daha fazla bir şey' olduğu anlayışı yer alır.



Alan FLETCHER (1932-2006)

#### KAYNAKLAR

- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. (1. basım). İstanbul: YKY.
- Fletcher A. ve Renshaw A. (2007). *Çocuklar İçin Sanat Kitabı*. (çev. Erkan Nazlı). (1. basım). İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yay.
- Grafist/5. (2001). *İnadına Afiş Posters, relentlessly*. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi GSF Grafik Bölümü Yay.
- Weill, A. (2008). *Grafik Tasarım*. (2. Basım). İstanbul: YKY.
- [http://www.boyutpedia.com/default~ID~1624~aID~67179~link~grafik\\_tasarimda\\_50\\_yil\\_alan\\_fletcher.html](http://www.boyutpedia.com/default~ID~1624~aID~67179~link~grafik_tasarimda_50_yil_alan_fletcher.html) 20 Ağustos 2006'da alınmıştır.
- <http://www.designmuseum.org/design/alan-fletcher> 26 Ağustos 2006'da alınmıştır.
- [http://www.nytimes.com/2006/09/26/arts/design/26fletcher.html?\\_r=2&ref=obituaries&oref=slogin&oref=slogin](http://www.nytimes.com/2006/09/26/arts/design/26fletcher.html?_r=2&ref=obituaries&oref=slogin&oref=slogin) 26 Ağustos 2006'da alınmıştır.
- [http://www.wikipedia.org/wiki/Alan\\_Fletcher\\_\(graphic\\_designer\)](http://www.wikipedia.org/wiki/Alan_Fletcher_(graphic_designer)) 20 Ağustos 2006'da alınmıştır.
- <http://www.timesonline.co.uk/tol/comment/obituaries/article650074.ece21/Eylül/2006> 21 Eylül 2006'da alınmıştır.
- [http://www.gmk.org.tr/pdf/gsu/grafik\\_sanatlar\\_uzerine19.pdf](http://www.gmk.org.tr/pdf/gsu/grafik_sanatlar_uzerine19.pdf)
- <http://www.graphicthoughtfacility.com/projects/2> 21 Eylül 2006'da alınmıştır.

- 
- [http://www.wikipedia.org/wiki/Pentagram\\_\(y%C4%B1ld%C4%B1z\)](http://www.wikipedia.org/wiki/Pentagram_(y%C4%B1ld%C4%B1z)) 21 Eylül 2006'da alınmıştır.