

Hebben grafisch ontwerp en de uitslag van de presidentsverkiezingen iets met elkaar te maken? Nou en of, al was slecht grafisch ontwerp natuurlijk niet de enige oorzaak

dat George Bush in 2000 de presidentsverkiezingen won. Of hem een tweede regeringstermijn is vergund? Steeds meer Amerikaanse kunstenaars keren zich in ieder geval

tegen herverkiezing van Bush. Amerikaanse vormgevers hebben de afgelopen vier jaar niet stilgezeten: protesten in alle vormen en maten verschenen op straten en bruggen.

Grafische weerzin

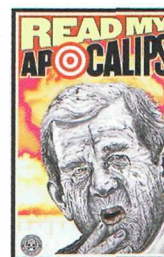
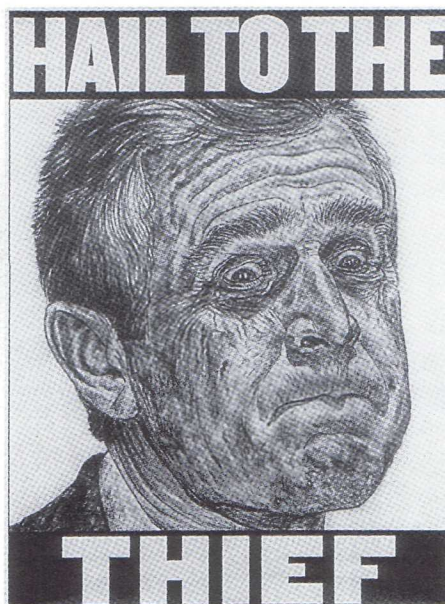


linkerpagina:
Cover van Sphere
Magazine, 2001
door Shawn Wolfe

deze pagina:
'Hail to the Thief' van
Robbie Conal, januari 2001

rechtsboven: Ontwerper
Shepard Fairey schat dat er
inmiddels vier miljoen
stickers zijn opgeplakt, en
honderdduizend posters
en 300 commerciële bill-
boards zijn voorzien van
het Andre the Giant
gezicht.

van boven naar beneden:
Poster voor 'Be The
Revolution', van Robbie
Conal, Mear One, Shepard
Fairey, 2004



Ontwerp van het slechtste soort dreigt de uitkomst van de Amerikaanse verkiezingen weer te gaan bepalen

De 'zege' van George W. Bush in de presidentsverkiezingen in 2000 in het district Palm Beach in Florida was mede te danken aan grafisch ontwerp. Aan slecht grafisch ontwerp, zoals de gerenommeerde ontwerpster Paula Scher, partner in het bureau Pentagram bescheef in een ingezonden 'op-ed' op de redactionele pagina's van de New York Times. Het stemformulier, zette Scher uiteen, was door de plaatselijke 'county supervisor' ontworpen, niet door een grafisch ontwerper. Het was een zogeheten 'butterfly ballot', bestaande uit twee kolommen met een lange rits namen in beiden. In de linkerkolom stond de naam van Bush bovenaan op 1, daaronder stond Gore op 2. In de rechterkolom stond de ultrarechtse conservatief Pat Buchanan bovenaan. De plek echter waarop een stem op hem kon worden uitgebracht stond op nummer 2, pal onder het hokje voor Bush. Dat was illegaal, want de verkiezingswet in Florida bepaalt dat een stemhokje links van de naam moet worden ingevuld. Buchanan ontving drie keer zoveel stemmen als in alle andere districten, bij elkaar 3.407 stemmen. Officieel verloor Gore Florida met 537 stemmen. De verantwoordelijke supervisor was een Democrate. Dus het was schijnbaar geen kwade wil, maar simpelweg grafisch onbenul die vier jaar Bush tot gevolg had. Grafisch ontwerp heeft nog veel terrein te winnen en, sterker nog, veel goed te maken in de Verenigde Staten.

'Read my Apocalips' De eerste publieke, grafische (re)actie op de verkiezingen van 2000 kwam van kunstenaar/activist Robbie Conal uit Los Angeles. Hij verspreidt al twintig jaar zijn werk dat bestaat uit realistische, maar onappetijtelijke portretten van politieke kopstukken, bij voorkeur via 'urban art attacks' oftewel illegale wildplakacties. De inhuldigingstocht van Bush was voor Conal een dankbaar moment: terwijl de limousine van Bush in Washington met eieren werd bekogeld (een beeld dat pas met Michael Moore's documentaire Fahrenheit 9/11 in de openbaarheid kwam), toog Conal's guerrillaleger van vrijwilligers aan het werk. Ze hingen Los Angeles vol met zijn posters 'Hail to the Thief', een variatie op het traditiegetrouwe 'Hail to the Chief' dat opklinkt wanneer de nieuwe president is beëdigd.

Straat als medium Een ander strijdbaar kunstcollectief is PostGen. Zij willen "een platform creëren dat creatief en progressief denken wil stimuleren in onze postmoderne wereld". Onder de titel 'Be The Revolution' heeft PostGen drie kunstenaars gevraagd een poster te maken over de presidentiële verkiezingen. Onder hen bovengenoemde Conal en graffiti-artiest MearOne. De derde kunstenaar is Shephard Fairey, die al 15 jaar lang het 'urban legend' straatbeeld wereldwijd verspreid van de worstelaar Andre the Giant. Het is de overtuiging van deze seniorstraatactivisten dat het een burgerrecht is commentaar

toe te voegen aan het straatbeeld dat wordt gedomineerd door commerciële boodschappen. Ze zien het als hun plicht de maatschappij een alternatief perspectief voor te houden. Door hun grote kennis van de straat weet het illustere drietal het grote publiek als geen ander te bereiken door diezelfde straat als medium in te zetten. PostGen maakt een documentaire van hun illegale plaktochten in de zwaar beveiligde steden Boston en New York. Ze volgen het drietal daar in augustus en september tijdens de Democratische en de Republikeinse Conventie. Daar maken de posters ook onderdeel uit van de reizende posterexpositie 'Yo! What Happened To Peace?' In Los Angeles verzamelt het 'Centre for the Study of Political Graphics' trouw deze posters. Zij bezit inmiddels een archief van 50.000 politieke posters die alle zijn gemaakt na de Tweede Wereldoorlog. Dit instituut, dat reizende tentoonstellingen maakt, is ervan overtuigd dat kunst altijd een centrale rol heeft gespeeld en speelt in processen van maatschappelijke verandering: "Politieke posters communiceren onmiddellijk en direct. Zoals alle kunst roepen de posters emotie en reflectie op. Zij verdiepen medeleven en engagement, leiden tot verantwoordiging en hoon en dagen uit tot actie. De politieke posters zijn dragers van de idealen, hoop, en dromen van miljoenen protesterende Amerikanen en communiceren zo de wens tot politieke verandering."

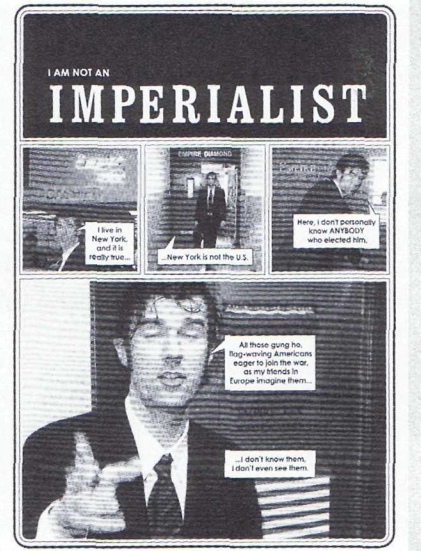
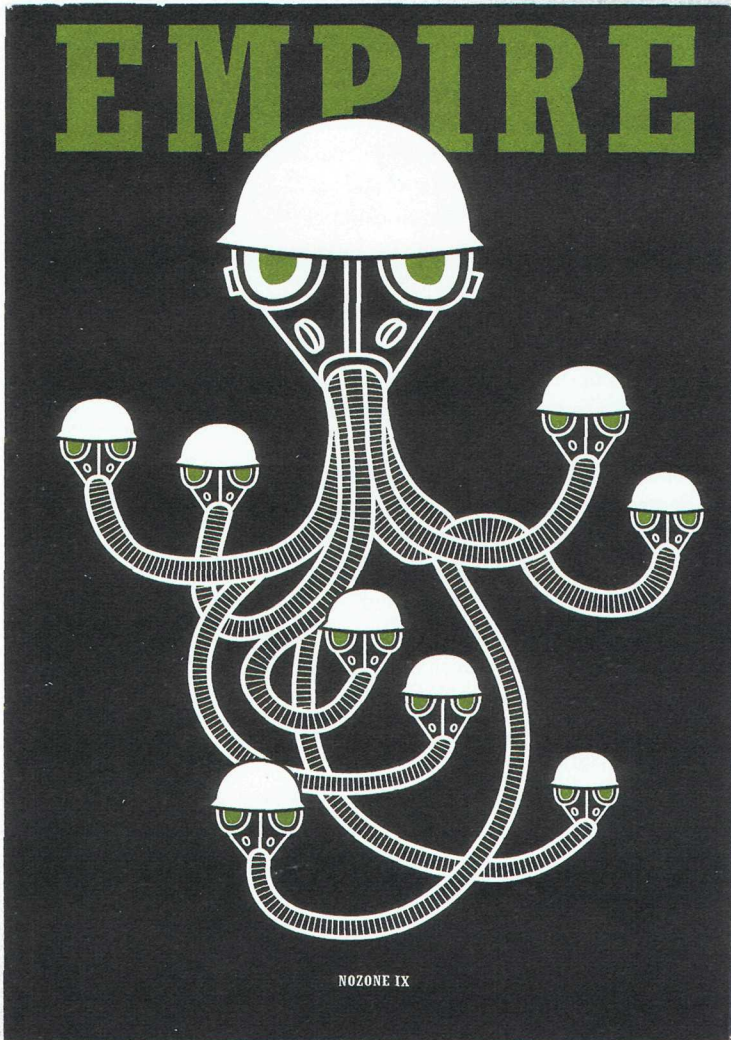
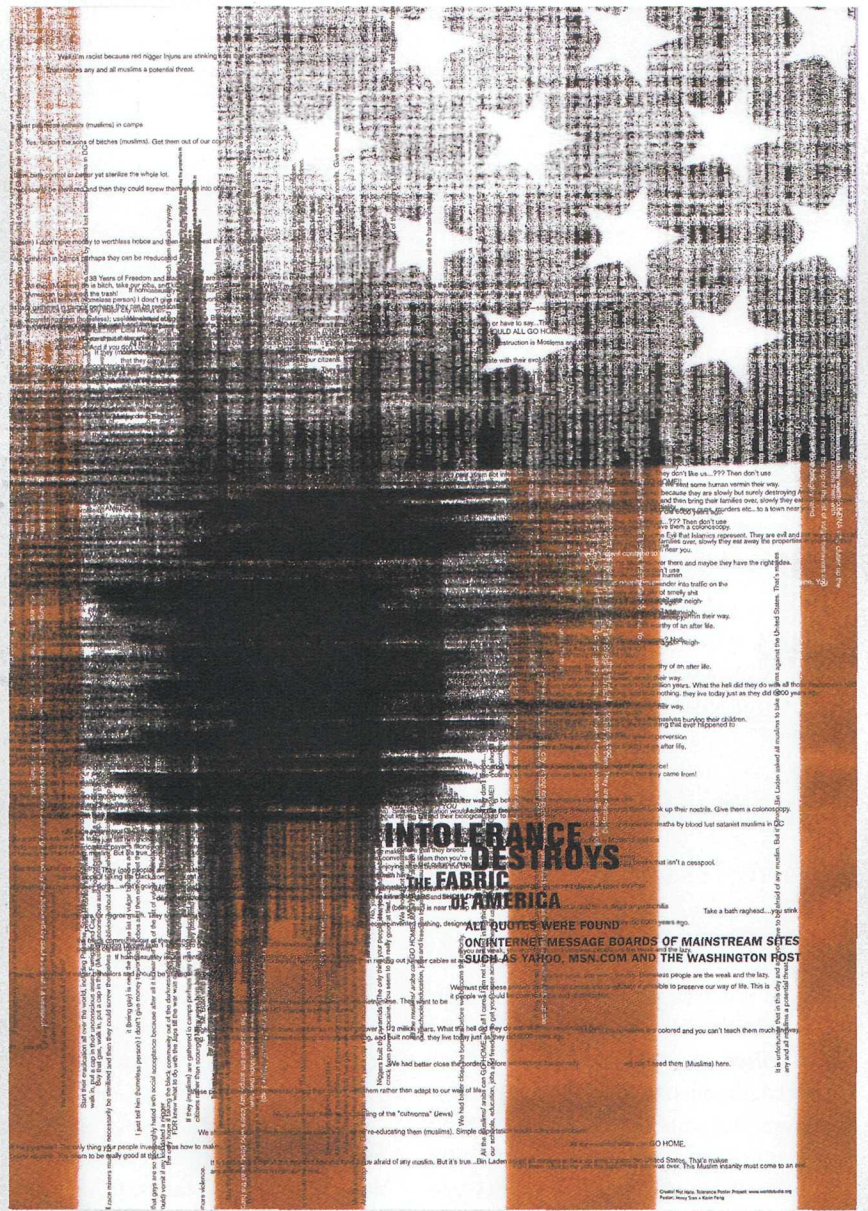
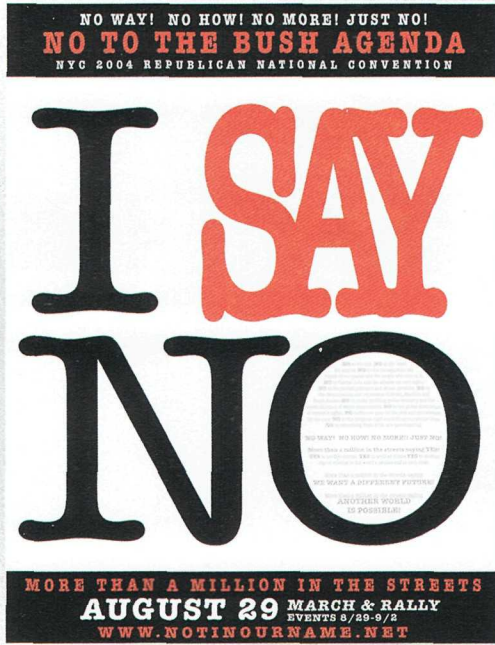
v.l.n.r.: Protestposter tegen de komst van de Republikeinse Conventie in New York, van het 'Not in My Name' collectief, 2004

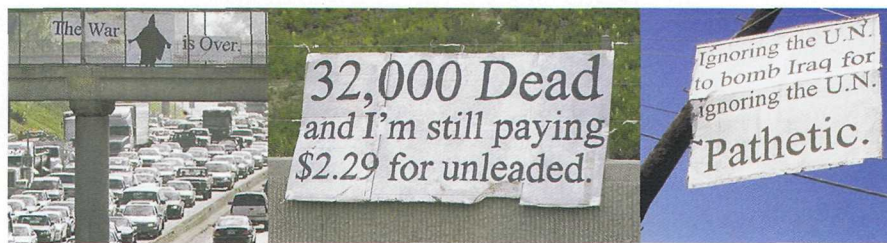
'Intolerance' poster door Karen Fong en Jenny Tran, 2002

Omslag Empire van Nozone IX, door Knickerbocker Design

'Ceci n'est pas une comic' door Peter Kuper, 2003

'I am not an Imperialist' door Stefan Sagmeister, 2003





Een beurse plek ontsiert 'I ♥ NY more than ever'

'Wish you weren't here' Het eenmaal per jaar verschijnende tijdschrift 'Sphere' van het design collectief Worldstudio Foundation leerde een dure les in het maken van politieke grafische beelden. Er verstreken acht maanden tussen het verzinnen van het themanummer 'Wish You Were Here' en het uitgeven hiervan eind augustus 2001. Het nummer werd onder andere gratis verstuurd aan 35.000 creatieven, waaronder alle leden van de AIGA (American Institute for Graphic Arts), die het rond 11 september in de post ontvingen. Op de cover stond een Amerikaanse vlag met in het gedeelte van de sterren het hoofd van Bush met bloedende ogen, en de tekst 'Wish you weren't here'. De timing had nauwelijks ongelukkiger gekund. Gevolg: algemene afkeuring en een golf aan hatemail. Het themanummer 'Tolerance' van het volgende jaar was beter getroffen. De bijdragen bestonden uit de resultaten van de samenwerking tussen een student en een gevestigd ontwerper. Karen Fong, partner in de motion graphics studio Imaginary Forces, maakte met Jenny Tran een Amerikaanse vlag opgebouwd uit duizenden regels van het Internet geplukte hatemail, met de hartverscheurende boodschap: 'Intolerance destroys the fabric of America'.

Beter getimed was de lancering van het idee van designcoryfee Milton Glaser, ontwerper van het alom bekende 'I ♥ NY'. De dag nadat zijn stad was aangevallen werd hij wakker met een nieuwe variant in zijn hoofd. Hij mailde een vriend bij de New York Daily News zijn idee. Een dag later stond het ontwerp op zowel de voor- als achterpagina van de krant: 'I ♥ NY more than ever', waarbij linksonder in het roodgekleurde hart, op de plek waar in Manhattan de World Trade Towers stonden, een beurse plek is ontstaan. De stad en staat New York hebben deze versie van hun wereldberoemde logo niet overgenomen uit angst kwetsbaar te lijken. Met regelmaat heeft Glaser (75 jaar) de afgelopen jaren via grafische en sociale uitingen zijn stem laten horen, een beschaafde, wijze stem. Voor de Republikeinse Conventie in New York heeft hij de actie 'Light Up The Sky' in

het leven geroepen. Een symbolische actie, waarbij hij de New Yorkers oproept tot vreedzaam protest door hun stad van zonsopgang tot zonsopgang te vullen met licht, zodat 'Licht het Donker zal transformeren'. In het internettijdschrift Salon (salon.com) verwoordt Glaser zijn zorg: "I don't think the country can survive another four years of Bush. It's been horrible so far. It's taken us far away from my vision of America. (...) I would hate to die with Bush in power."

'God Less America' Na de aanvankelijke solidariteit en wereldwijde steunbetuigingen van 9/11 was, bij een bezoek aan New York enkele weken na de aanslagen, de nakende breuk van de regering Bush met de rest van de wereld duidelijk te voelen. Slechts weinigen in deze multiculturele en multinationale wereldstad vonden hun troost in de Amerikaanse vlag, al wapperde deze eensgezind en struikelde je bijna over de leuzen 'United We Stand' en 'God Bless America'. Wat overheerste bij de bevolking waren donkere gedachten van angst en wraak – geniepig gevoed door een groep neo-conservatieven rondom Bush, en een Congres en media die elk woord, zelfs de draconische Patriot Act, kritiekloos van hen overnamen. Dat werd nog eens versterkt door de waarschuwing van de presidentiële woordvoerder dat iedere Amerikaan op zijn woorden moest passen. Bush zelf had het strijdtoneel toen al opgedeeld: "je bent of voor ons of voor de terroristen". Ondertussen bleven de bommen vallen op het al 25 jaar lang platgebombardeerde Afghanistan. Daarna volgde een eideloos media-offensief van onheilstijdingen uit de mond van Bush en zijn aanhangers. Zij wisten 70 procent van de Amerikaanse bevolking ervan te overtuigen dat Saddam Hussein verantwoordelijk was voor de aanval op Amerika.

Het enige tegengeluid in die tijd was afkomstig uit Los Angeles van de zogeheten 'freewayblogger'. Hij plakte anonieme boodschappen op uitgevouwen kartonnen dozen en hing die tijdens spitsuur op de bruggen over en op de muren langs Highway 10 tussen

downtown en Santa Monica. Meer dan honderdduizend auto's per uur passeerden deze boodschappen.

Bijtend commentaar Protesten vanuit de grafische sector kwamen langzaam op gang. Grafisch ontwerper Alexei Tylevich ontwierp een cryptische poster en Milton Glaser een verstandige. Illustrator en voormalig 'Army Ranger' Micah Ian Wright begon zijn geniale 'Propaganda Remix Project', waarbij hij posters en bookcovers van de Tweede Wereldoorlog hergebruikte en voorzag van een hedendaags bijtend commentaar. De aanloop naar de oorlog met Irak schudde de grafische goegemeente pas echt wakker. Er werd vooral gebruik gemaakt van het Internet bij het verzamelen, tonen en beschikbaar stellen van het werk aan activisten, zodat zij het konden downloaden en printen. Een voorbeeld hiervan is de site anti-war.us, gelanceerd door het alternatieve designtijdschrift Plazm.

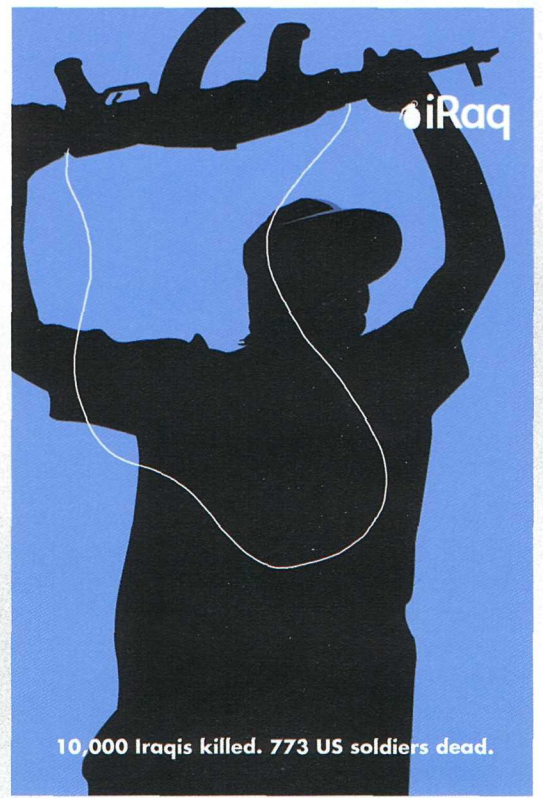
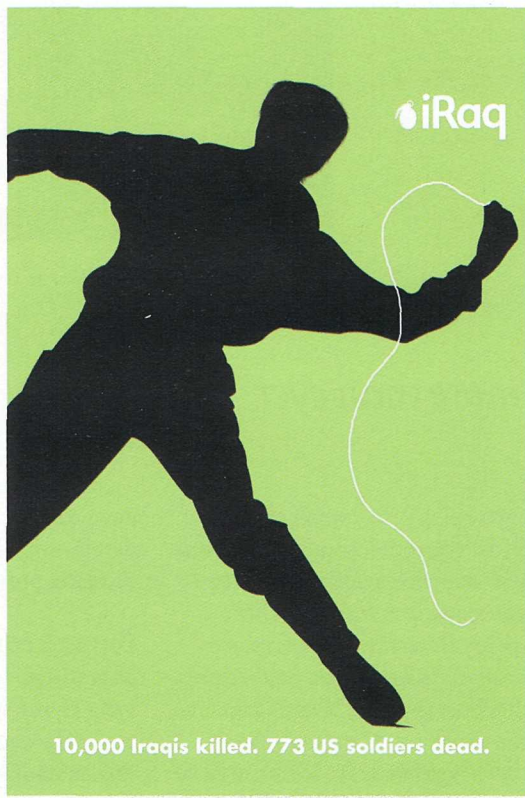
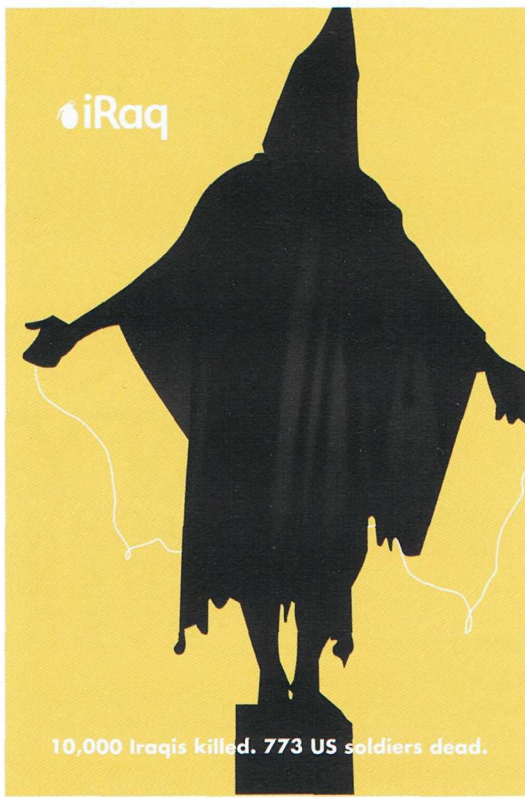
Het themanummer 'Empire' van het blad Nozone, een initiatief van voormalig New York Times artdirector Nicholas Blechman, mobiliseerde kunstenaars, ontwerpers, fotografen en schrijvers om het unilaterale gedrag van de regering Bush aan de kaak te stellen. Uitgegeven begin 2004 leest het als een georkestreerde bloemlezing van diepgewortelde woede van een reeks gerenommeerde ontwerpers, waaronder Art Chantry en Michael Beirut. Zo legt een spread met infographics door de studio 'Open' uiteen dat het Amerikaanse departement van defensie met 2.1 miljoen mensen de grootste werkgever met het grootste budget ter wereld is. Op een andere spread verhaalt de NewYorkse Oostenrijker Stefan Sagmeister in een fotografische striproman dat hij geen Bush stemmers kent of tegen komt, geen enkele.

Kluxkluxklan Begin juni verschenen eenkleurige posters op de schuttingen van Los Angeles, rijen lang, muur na muur. Wildplaklocaties,abri's en billboards worden al een jaarlang beheerst door de i-Pod reclame van Apple, muziekluisterende hippe figuren

I ♥ NY
MORE
THAN
EVER

boven: Diverse uitingen van de Freewayblogger 2001-2004

'I ♥ NY more than ever' door Milton Glaser, 12 september, 2001



boven: 'iRaq' posters door Forkscrew, 2004

'Good Design Makes Choices Clear' poster campagne van de AIGA, door diverse Amerikaanse grafisch ontwerpers, 2004

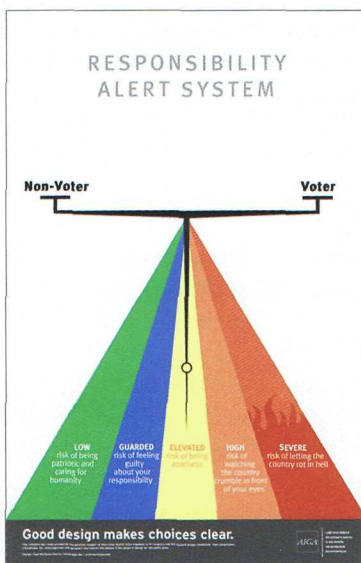
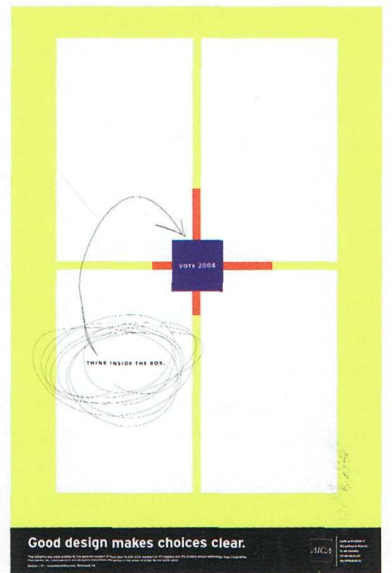
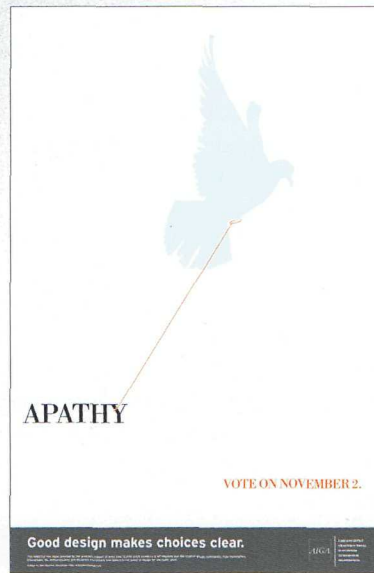
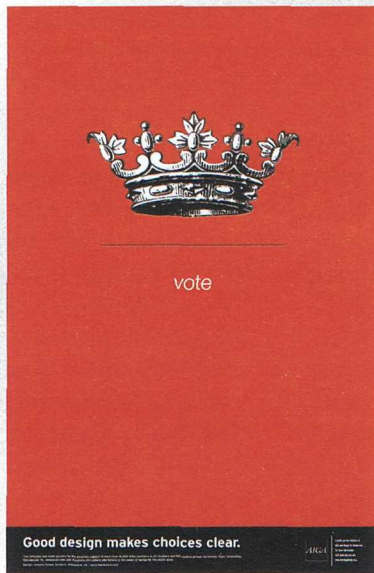


Foto van Marie-José Jongerius en Stijn Ghijsen voor de Volkskrant, juli 2004

Rechts: Poster van Alexei Tylevich, november 2001

'iPod' is veranderd in 'iRaq', het appello logo in een granaat, en wordt gemeld: '10.000 Iraqi's killed, 773 US soldiers dead'

en silhouet gefotografeerd. Ditmaal echter waren de silhouetten een met Kalashikov wuivende man, een granaat gooiende jongen, een stoere gestalte met een schouderwep in de aanslag, en een wanhopige Iraakees op een kratje. 'iPod' is veranderd in 'iRaq', het appello logo in een granaat, en de wervende leus zegt niks meer over het aantal te uploaden nummers en Gb's, maar meldt als wapenfeit '10.000 Iraqi's killed, 773 US soldiers dead'. Al in mei dit jaar werd bekend dat Amerikaanse soldaten Iraakse gevangenen martelden. Het beeld van de man met een geblindeerde kluxkluxklank op, armen wijd met elektrische draden bevestigd aan zijn vingers, terwijl hij op een wankel kratje balanceert, staat inmiddels in het collectieve geheugen gegrift. Een ontwerper kan zich geen sterker icoon wensen om de waanzin van deze oorlog te illustreren.

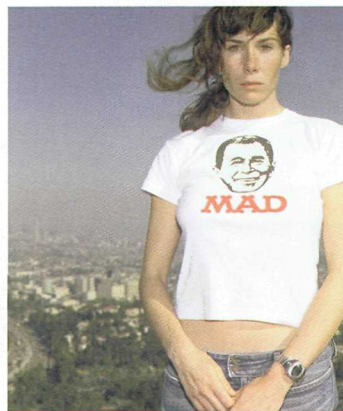
Verantwoordelijk voor de posters is Forkscrew Graphics, een designduo uit Los Angeles, dat sociale kwesties aan de kaak stelt. De makers willen anoniem blijven; per e-mail laten zij weten: "Publieke kunst is van iedereen. Ons doel is mensen een stem en een keuze te geven." Wat ze over zichzelf kwijt willen is dat ze beide dertigers zijn, dat de één een advertentie- en schilderachtergrond heeft en de ander zich heeft bewaard in muziek en film, en dat zij de posteractie zelf hebben gefinancierd. Inspiratie- en ontstaansbron van Forkscrew is de Bushperiode. "De iRaq campagne is onze eerste publieke uiting. We hebben simpelweg de taal en iconografie van een uitermate zichtbare campagne genomen. Hiermee wilden we een dialoog op gang brengen rondom een geweldig belangrijke en gecompliceerde kwestie met een doelgroep die gewend is dit soort uitingen onmiddellijk te herkennen. Ons was beloofd dat de oorlog vrijheid en democratie aan de Iraakezen zou brengen. Het is nu duidelijk dat we in beide hebben gefaald, om over de niet-bestaande link tussen Al Qaeda en Saddam Hoessein en die massavernietigingswapens maar te zwijgen. Toch mag niemand vergeten dat we nog altijd in oorlog zijn. Onze rol als ontwerpers is om een bijdrage te leveren, om

te communiceren, een bewustzijn te creëren, en hopelijk tot dialoog te inspireren."

Grand Central De New Yorkse designstudio Number Seventeen nam dit jaar een weeklang de voornaamste metrohalte in New York's Grand Central Terminal over met haar postercampagne om het nieuwe linkse talk radio station Air America te introduceren. Politieke kopstukken als Bush, Cheney en Rumsfeld waren afgebeeld met de kaart van de Verenigde Staten voor hun ogen. Het portret van Bush was voorzien van de tekst 'Because he doesn't read', bij Cheney stond 'Fighting the axis of Enron' en bij Rumsfeld 'The War on Error'. Gezien door zo'n tienduizend passanten per uur was hier, zoals de design website Design Observer beschreef: "geen sprake van een abstracte oefening in graphics-als-politiek-engagement van studenten... maar probeerden deze posters op de ouderwets kapitalistische manier ons iets te verkopen. Dit is gewoon een commerciële klus, beïnvloeding van de publieke dialoog in de arena waar zij het beste assimileert, op straat."

Onpartijdige poster Steven Heller is senior art director van de New York Times Book Review, co-chair van het MFA design programma aan de NY School of Visual Arts, schrijver van meer dan tachtig design boeken, ondertekenaar van het exclusieve 'First Thing First manifesto' uit 2000 en hoofdredacteur van het prestigieuze AIGA Journal of Design. Als commentator van het ontwerpfront spant hij zich nu in om via artikelen de designgemeenschap te informeren met als doel hen tot actie aan te zetten. In zijn recent verschenen boek 'Citizen Designer', dat hij samen met Veronique Vienne heeft geschreven, roept hij ontwerpers op hun verantwoordelijkheid als burger in de maatschappij te nemen.

Een goed voorbeeld van een AIGA-initiatief is de posterdesign-campagne 'Good Design Makes Choices Clear'. De vraag was een onpartijdige poster te maken die hun medeburgers oproept om te gaan stemmen. De



organisatie: "In onze presidentiële verkiezingen stemt nauwelijks de helft van die Amerikanen die daar recht op hebben. Wat zijn de redenen voor deze apathie en gebrek aan betrokkenheid? En welke rol kan design spelen in het oplossen van dit probleem?"

Slechtste soort Terwijl de hele wereld in november aanstaande angstvallig meekijkt over de schouder van de stemmende Amerikanen, valt te vrezen dat weer ontwerp van het slechtste soort de uitkomst van de Amerikaanse verkiezingen van 2004 zal gaan bepalen. Na het debacle van hangende 'chads' in 2000 zijn de kiesdistricten massaal overgegaan op elektronische stembewijzen, waarbij geen procedure van een papieren stembewijs of een transparante inzage in – en controle van het systeem (publiekelijk) beschikbaar is. Documentairemaker Michael Moore belooft met zijn camera's en een leger advocaten aanwezig te zijn bij de stembussen in de 'battleground state' Florida, waar de broer van Bush gouverneur is. Hoe echter een onzichtbaar proces te bewaken? En de aandacht van de media zou wel eens op de verkeerde sleutelstaat gericht kunnen staan: Op een Republikeinse 'fundraiser' bijeenkomst beloofde de CEO van Diebold Systems, de grootste producent van elektrische stembewijzen, de zege in zijn onbesloten thuisstaat Ohio aan Bush te bezorgen. Heeft hij daarom geen twijfel aan een goede afloop? Het t-shirt van de Amsterdamse ontwerpers Machine dringt onze gedachten binnen. Daarop prijkt het hoofd van Bush in de vorm van het iconische beeld van Mad's Alfred E. Neuman. Als een echo klinkt Mad's adagium: "What, me worry?". ^{fin}

Adam Eeuwens
Carshalton, UK, 1967

Partner in het ontwerp-bureau van zijn vrouw Rebeca Mendez en bij The Culture Industry, een consultancy bedrijf op het gebied van design. Werkt als schrijver en strateeg voor verschillende opdrachtgevers. Onder andere voor Ogilvy & Mather (LA) en Razorfish. Auteur voor verschillende bladen waaronder 34, Blad, NeXT!, Blvd. en Items. Deze maand verschijnt van zijn hand 'False Flat, Why Dutch Design Is So Good' bij uitgeverij Phaidon. Aron Betsky is co-auteur. Adam Eeuwens woont en werkt in Altadena, Californië.