

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Arsh Raziuddin ve farklı dünyalarda çalışmak

Mark Sinclair

www.creativereview.co.uk

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Kitap ve dergi tasarımı, illüstrasyon projelerini, Christie's müzayede evindeki işleriyle dengeli biçimde yürüten Arsh Raziuddin'in çalışmaları, farklı mecralar boyunca çok çeşitli ihtiyaçlara uyum sağlamayı gerektiriyor.

Brooklyn, New York merkezli Arsh Raziuddin, tasarımcı, sanat yönetmeni ve illüstratör olmanın yanı sıra Christie's müzayede evinde yaratıcı başkan yardımcısıdır. Çeşitli yayınevleri için kitap kapakları tasarlamış, kendi dergisi de dahil olmak üzere dergilerde sanat yönetmenliği yapmış ve aynı zamanda baskı sanatçısı olarak kolaj üzerinde düzenli çalışmıştır.

Bir bakıma yaptığı birçok işe yaklaşımı, *karma-ortam* terimiyle özetlenebilir; grafik ve editoryal tasarımın tüm alanlarını kapsar ve rengârenk uygulamalarla kendini gösterir.

Kolaj, Raziuddin için baştan beri bir ilgi alanıydı; 2013'te, Baltimore County'deki Maryland Üniversitesinden grafik tasarım ve baskı sanatları alanında mezun oldu.

«Kolaja ilgi duymamın, Bollywood'un aşırı renkli, fazla süslü, dramatik ve bilinçli biçimde yapay ve gösterişli estetiğinin içinde büyümüş olmamın ve tüm bunların

yanı sıra, Kur'an'a özgü hat sanatının incelikli bezemelerinin de zihnimdeki karmaşayı beslediğini düşünüyorum.»

«Her zaman karma-ortamlara ve kolaj sanatçılarına ilgi duydum. Lorna Simpson ve Ellsworth Kelly'nin eski işlerine bakmayı seviyorum, hatta fotoğraflarını katmanlayan Lee Mary Manning veya Farah Al Qasimi gibi çağdaş sanatçıları da. Bence karmaşık ve şaşırtıcılar.»

Son on yılda, Raziuddin için olaylar hızlı gelişti. 2018'de *The Atlantic* dergisinin tasarım ekibine davet edildi ve yaratıcı direktör David Somerville tarafından sanat yönetmeni olarak işe alındı. Üç yıl kaldı ve derginin 2019'daki yeniden tasarımının başlatılmasına yardımcı oldu.

Raziuddin, iş başında çok şey öğrendiğini söylüyor. «Atlantic'te ekibimiz o kadar küçüktü ki birçok şapkayı aynı anda takmamız gerekiyordu» diyor. «Yaptığımız şeyi başarmak kolay değildi, ama bu beni esnek – belki biraz da gözü kara yaptı.»

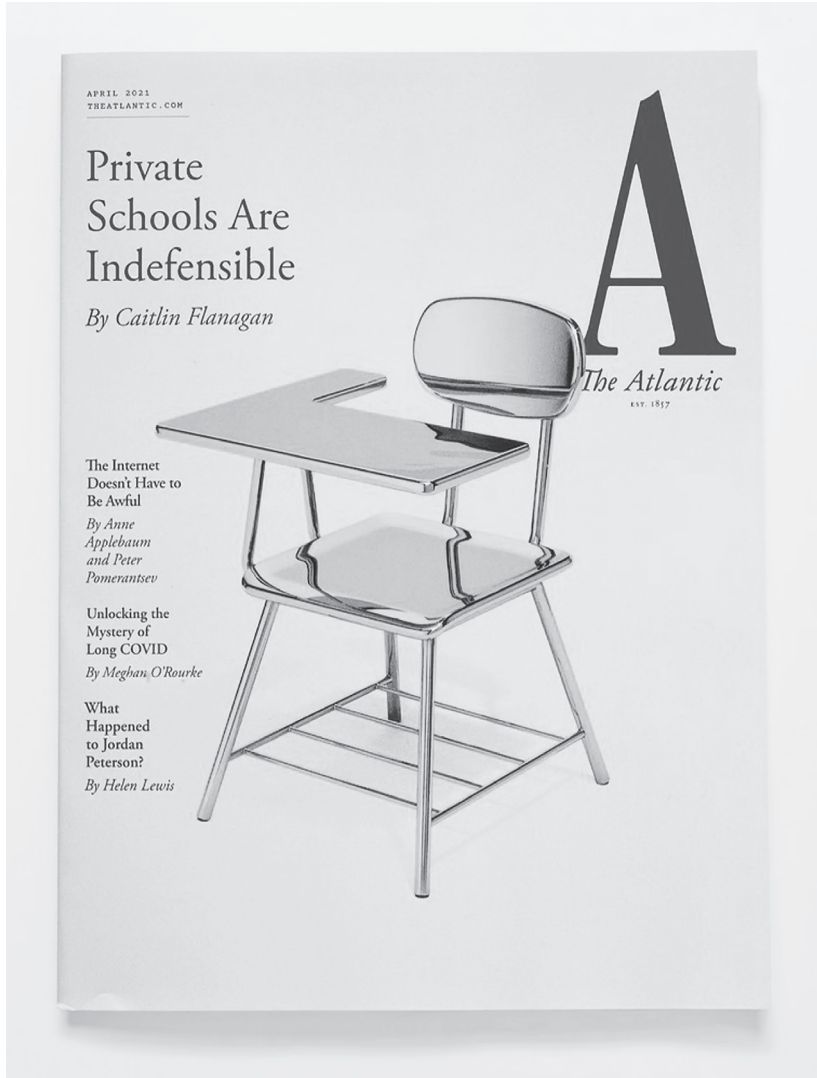
Sonrasında Raziuddin, *New York Times*'in Opinion bölümünde çalıştı; genellikle yazarlarla yakın işbirliği içinde çalıştıktan sonra, «cılınca» miktarda işi üstlendiği *Bon Appétit*

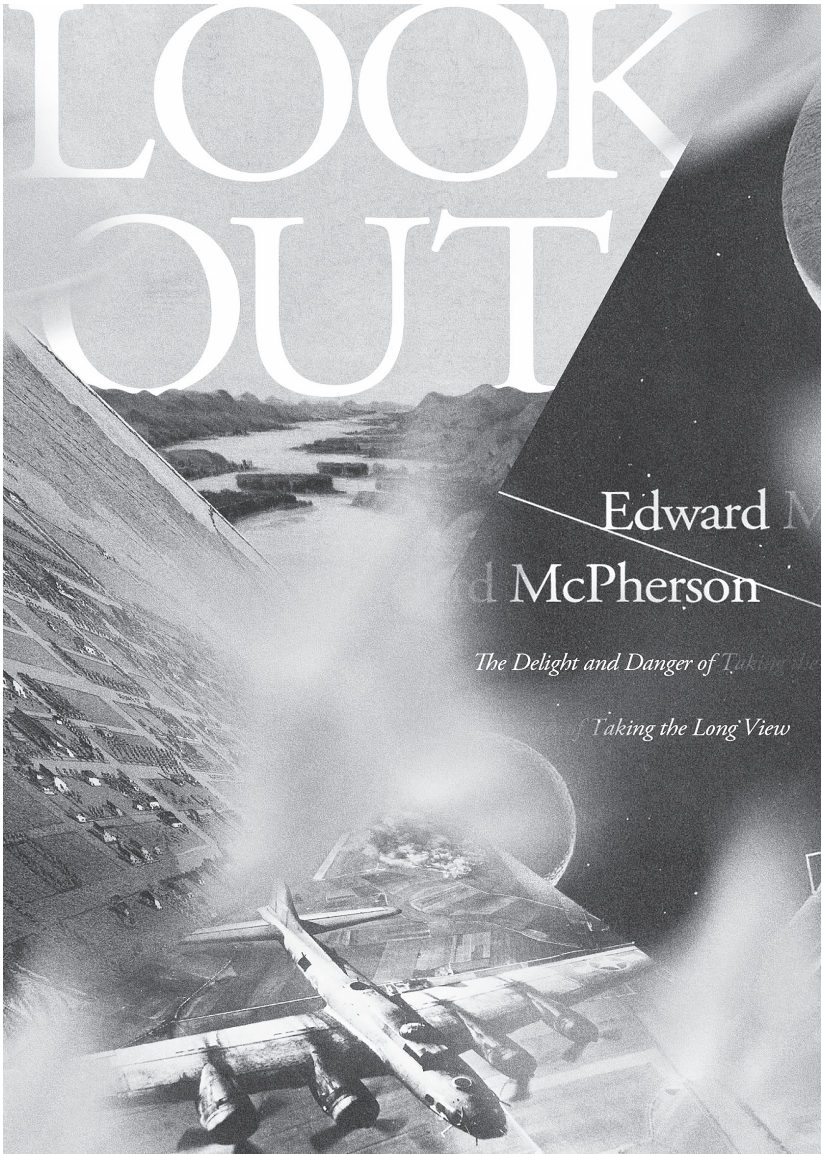
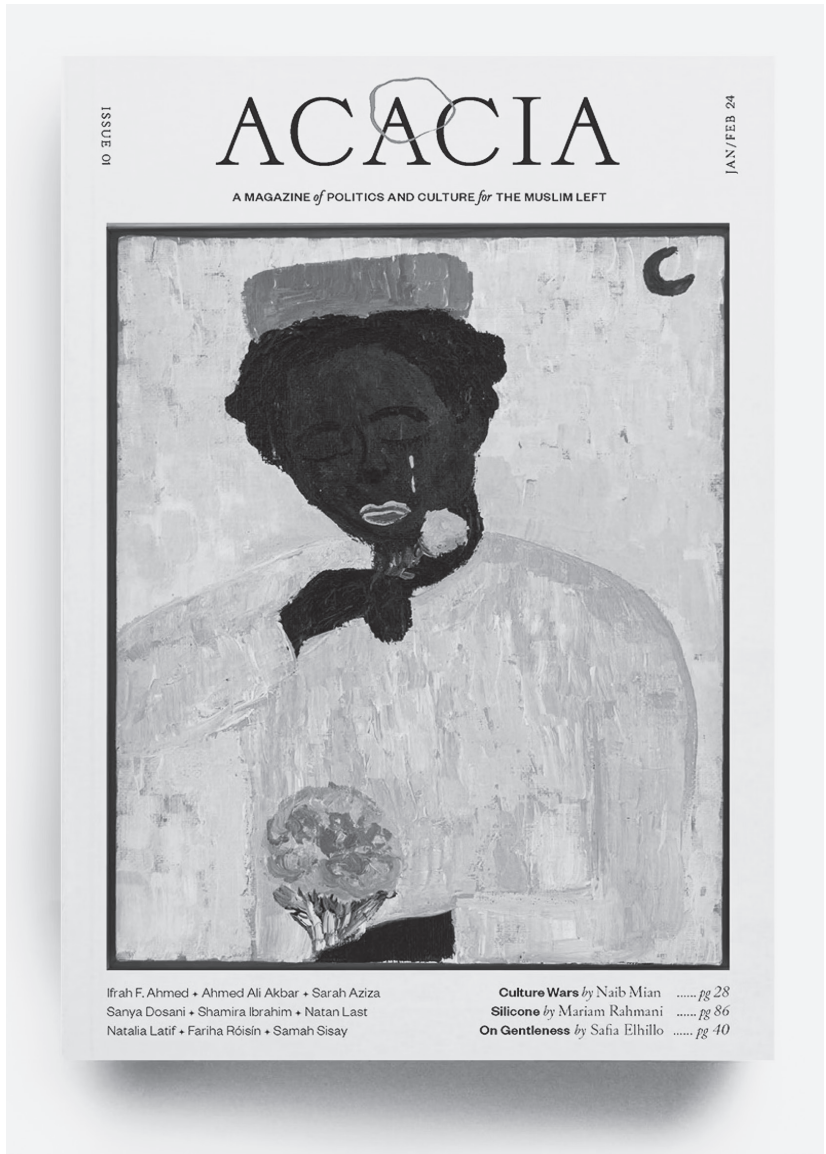
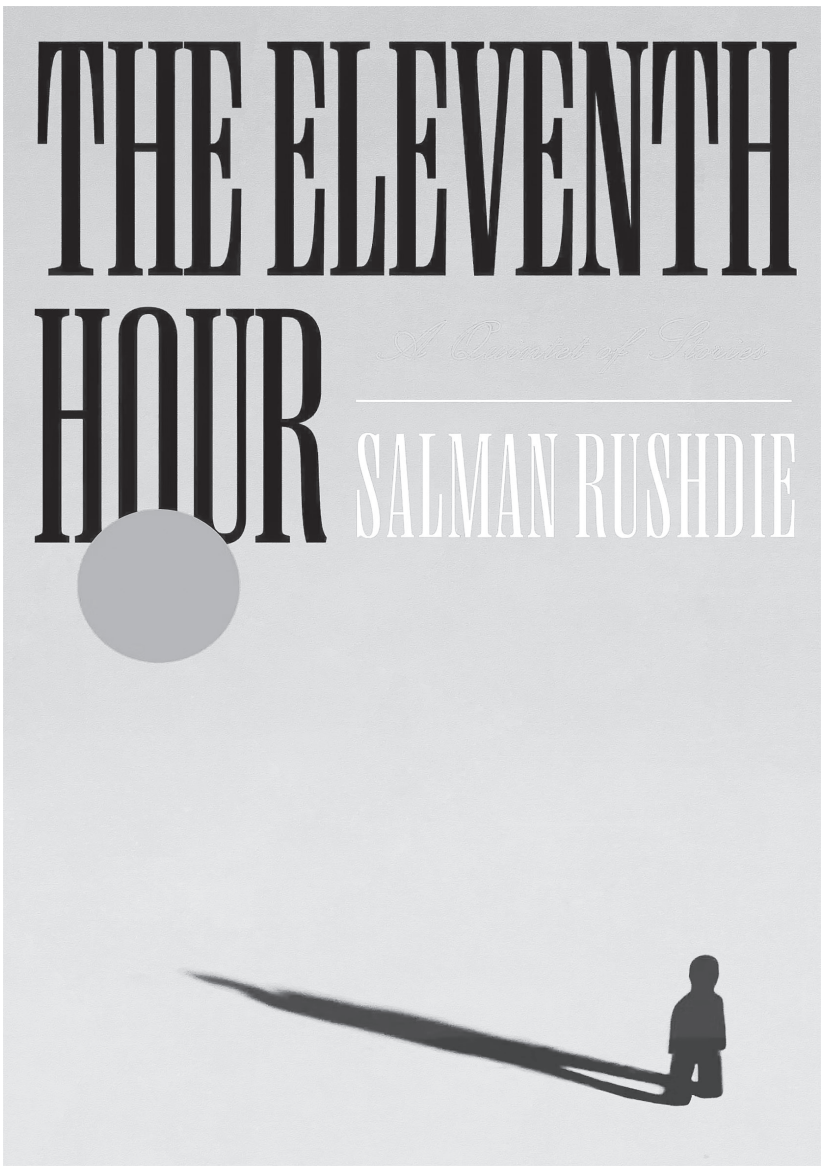
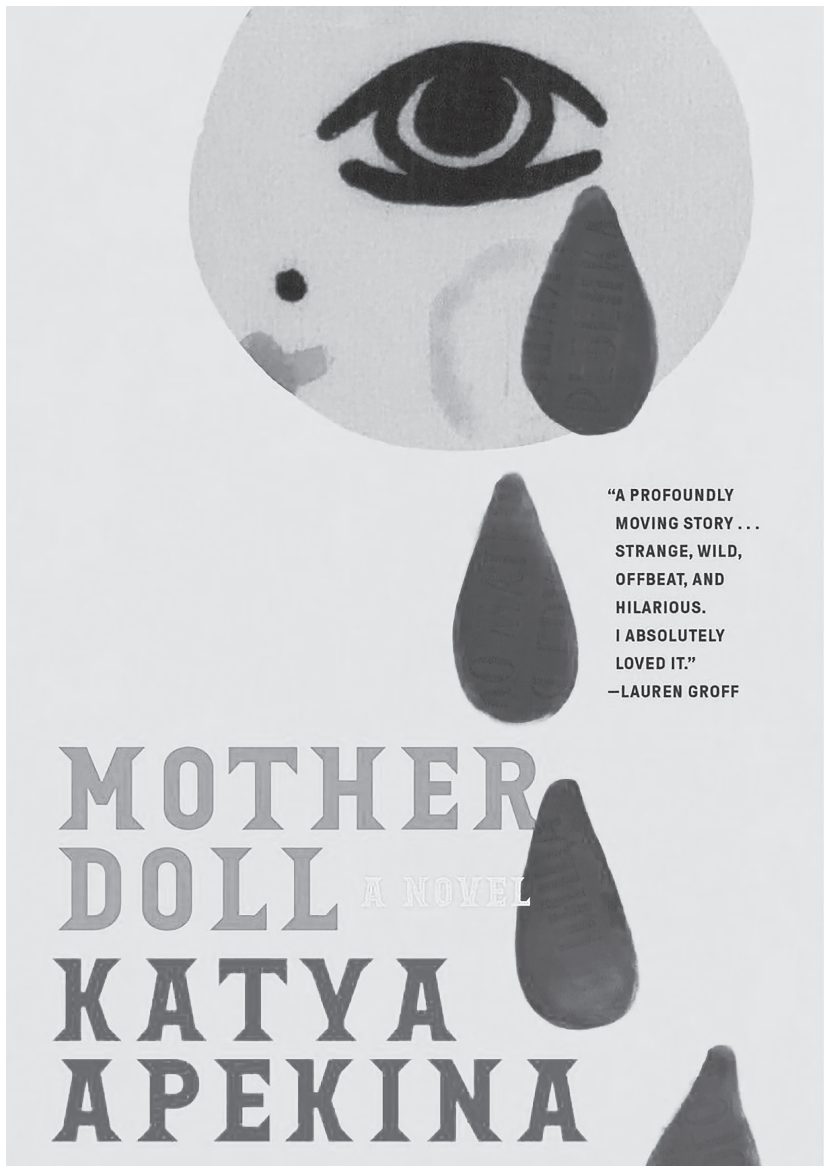
dergisine geçti. Burada basılı, dijital ve strateji alanlarında çalıştı, ayrıca 2021'de derginin yeniden tasarımına liderlik etti.

Atlantic'te çalışırken aynı zamanda kitap kapağı tasarımı dünyasına da adım attı – o zamandan beri bu alanda üretken oldu. «Atlantic bu kapıyı bana açtı – özellikle de patronlarım Peter Mendelsund ve Oliver Munday» diyor. «İkisi de kitap kapağı dünyasından gelmişti ve onlardan çok şey öğrendim.»

Instagram'daki kapak çeşitliliği uzun zamandır bu işi yapıyor izlenimi yaratsa da, Raziuddin yalnızca 2021'den beri kitap tasarlıyor. O zamandan beri Salman Rushdie'nin *Knife* kitabı için son yılların en dikkat çekici kapaklarından birini üretmek de dahil, birçok etkileyici iş ortaya çıkardı ve Na Kim, Rodrigo Corral, Greg Mollica gibi ABD'nin en iyi sanat yönetmenleriyle çalıştı.

«Kitap ve dergi tasarlamak tamamen farklı kaslar gibi geliyor» diyor. «Dergiler hızlı hareket eder – bir tür aciliyet vardır. Kitap tasarımı ise daha yavaş, daha meditatif. Malzeme ile oturmaya, farklı yönleri denemeye zaman vardır. Öyle olsa da, bir kitabın tamamını tek bir görsele indirgemek





HOW TO MAKE HERSELF AGREEABLE

TO EVERYONE

HOW TO MAKE HERSELF

TO MAKE HERSELF AGREEABLE TO EVERYONE

"Fiercely intellectual,
deeply vulnerable, and
unapologetically honest."
—IMANI PERRY

CAMERON RUSSELL

A MEMOIR



bana dergi hikâyesinden daha zor geliyor – burada işin ölçeği, ağırlığı etkilidir.»

2022’de New York’ta Rushdie’nin hayatına yapılan saldırıyı konu alan düşünsel çalışması, *Knife* (Bıçak) için Raziuddin kapakta aşırı karmaşıklştırmamayı amaçlamış. Bu da hassas bir yaklaşım gerektiriyordu. Birkaç denemeden sonra ilk fikrine geri dönmüş. «Doğru tonda, fazla sert ya da sansasyonel olmayan bir şey lazımdı» diyor. Projeyi sanat yönetmeni Mollica ile birlikte yürütmüş.

«Zaten konunun kendisi bir ağırlığa sahipti. Hem edebi hem anı tarzında olmalı ve ciddi hissettirmeliydi – ama sonuçta bu Salman Rushdie idi. Herkesin eline alacağı bir kitapta bu. Sonunda kapak yerini buldu, çünkü nadir bulunan denge yakalanmıştı: basit, zarif, biraz karanlık, net ve tam kararında rahatsız edici. Çok yankı uyandırdı. Açıkçası, yazıtı seçimi veya renk bir nebze farklı olsaydı, yanlış yöne kayabilirdi. Sonuç hassas bir karışım.»

Raziuddin için – özellikle kitap kapağı tasarımında – sanat yönetmenleriyle işbirliği çok önemli. «Keskin zekâlı bir editör olmalarının

yanı sıra harika birer tasarımcı olan sanat yönetmenleriyle çalıştığım için şanslıyım» diyor. Ona göre insanı büyük bir sanat yönetmeni yapan nitelikler, ister kitap ister dergi olsun, büyük ölçüde aynı.

«İlk olarak, doğru projeyi doğru tasarımcıyla eşleştirmek önemlidir. Sizin tarzınıza uygun olmayan bir iş verildiğinde, bu genelde daha baştan belli olur; bir şeylerin zorlandığını hissedersiniz. İkinci olarak, iyi bir sanat yönetmeni malzemeyi gerçekten anlar. Şahsen epostalar üzerinden iletme geçmek yerine telefonla konuşmaya çalışırım – bu, işin ve tonunun daha net anlaşılmasına yardımcı olur.

«Ve son olarak, güven meselesi var. Size inanan ve fikirlerinizi savunmaya istekli biri ile çalışmak büyük fark yaratır. İşler her zaman sorunsuz olamaz, ama açık iletişim sayesinde her şey daha kolay yürür.»

Önceki bir röportajında, Raziuddin «çalışmada kısıntılarla» baş etmeyi öğrenmeye çalıştığını söylemişti. Süslemeler, desen ve renklerle çalışmaktan keyif alan bir tasarımcı için bu ilginç bir fikir. Peki bunu nasıl dengeliyor?

«Her şey doğru formülü ve dengeyi bulmakla ilgili» diyor. «Henüz tam anlamıyla

çözemedim ama genellikle işe aşırı tasarlayarak başlıyorum – sonra yavaş yavaş geri çekiliyorum. Bilgisayarımı kapatırım, uzaklaşıyorum, sonra geri dönerim ve kesilecek bir şey kalmayana kadar bu şekilde devam ederim. Fazla ile az arasındaki tatlı noktayı bulmak zor. Benim için, klasik bir yazıtı yoğun süsleme ile eşleştirmek genellikle doğru dengeyi yakalamaya yeter.»

2023’te, Raziuddin, Hira Ahmed ile birlikte sol eğilimli Müslüman dergi *Acacia*’yı çıkardı. Sembolik olarak derginin adı, İslam’ın ilk takipçilerinin altında sığınak aradığı akasya ağacına gönderme yapıyordu. *Acacia*’nın yaratıcı direktörü olarak Raziuddin’in rolü, derginin birçok alanını kapsıyor ve o bundan çok memnun.

Yılda iki kez yayımlanan *Acacia*, henüz üç sayıyı geride bırakmış olmasına rağmen; bedensel özerklik ve üreme hakları bağlamında üreme adaleti, küresel özgürleşme mücadeleleri ve kültürel direniş gibi meselelerle ilgilenen Müslüman sesleri bir araya getiren etkileyici bir yayın olmayı sürdürüyor. Üstelik görsel açıdan da son derece güçlü: Raziuddin, kapaklarda illüstratör ve tasarımcılar yerine sıkça güzel sanatlar alanından sanatçılarla çalışarak sanat eserlerine yer veriyor.

«Çok çalışıyorum» diyor. «Her zaman harika olduğunu düşünmüyorum, ama kesinlikle öğrenmeye açığım. Son birkaç yılda dünyam beklemediğim şekillerde genişledi ve buraya işim sayesinde geldim; tanıştığım insanlarla ve gördüklerimden alabildiğim her şeyle.»

Şimdilik, işiyle ve yeni meydan okumalar arasında kurduğu denge, Raziuddin’in dünyanın önde gelen müzayede evlerinden birindeki rolünü geliştirmesiyle sürüyor. «Christie’s müzayede evinde çalışmak harika oldu. Daha önce tam anlamıyla tanımadığım bir dünya hakkında, hem sanat dünyası hem de müzayede tarafı ile ilgili çok şey öğreniyorum. Tıpkı herhangi bir kurum içi marka gibi, ister bir dergi ister bir müzayede evi olsun, marka gerçekten yolu açıyor. Doğrudan pazarlama ekiplerinde çalışmamış olsam da, işimin büyük kısmında bir şekilde – yeniden markalaşmalardan lansmanlara kadar – markalara dokundum. Bu yüzden işin o kısmı tanıdık geliyor» diyor.

«Diğer işlerime gelince, benim için en çok değişen şey artık projeleri nasıl seçtiğim.» Yine de bir tür, varoluş ve çalışma yollarının kolajı gibi diğer her şeyi sığdırmayı başarıyor, ve «Neyi kabul ettiğim, neden kabul ettiğim ve bana ne kattığı konusunda şimdi çok daha bilinçliyim» diye ekliyor. ●

Tasarım disiplinleri labirentinde bir gezinti

Ryan Thomas
medium.com

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Geçenlerde kendimi prestijli bir organizasyondaki *Etkileşim Tasarımcısı* (Interaction Designer) pozisyonu için iş görüşmesi yaparken buldum. Röportaj, beklenmedik bir soru sorulana kadar sorunsuz ilerliyordu. Tecrübeli bir kullanıcı deneyimi tasarımcısı olan bana, Etkileşim Tasarımının benim için ne anlama geldiğini sordular.

Kendimi toparladım ve bir Etkileşim Tasarımcısının kullanıcılar ile dijital ürünler, sistemler veya arayüzler arasındaki etkileşime odaklandığını açıkladım. UX tasarımcılarının (UX Designer) görevi kısaca, kullanıcıların bir ürünle nasıl etkileşimde bulunacaklarını ve onu nasıl deneyimleyeceklerini tasarlamak ve bu etkileşimi genellikle testler yoluyla ve bazen de atölye çalışmaları aracılığıyla sezgisel ve verimli hale getirmeyi hedeflemektir. Kendi cevabımdan emin bir şekilde konuyu tersine çevirdim ve onlar için Etkileşim Tasarımının ne anlama geldiğini sordum. Cevapları ne miydi? Temel amacın, kullanıcı deneyimine hitap eden ve atölye çalışmaları gibi uygulamalarla son kullanıcının özel ihtiyaçlarına veya sorunlarına hizmet eden tasarımlar oluşturmak olduğunu söylediler.

Doğal olarak bunun bir UX Tasarımcısı olarak benim yaptığım işle oldukça benzediğini belirttim. Oysa onlar şaşırtıcı bir şekilde aynı fikirde değillerdi.

Bu bana şunu düşündürdü: Bu kadar çok tasarım disiplini aynı anlama geliyor veya aynı şeyi yapıyor gibi görünüyorken neden bu kadar çok ayrı tasarım disiplini yarattık? Sektörümüz ne zaman bu kadar kafa karıştırıcı hale geldi, yoksa ben aklı mı kaybediyorum? Ve daha da önemlisi, bu parçalanma, kendilerini sürekli değişen iş unvanlarına ayak uydurmakta zorlanan yetenekli tasarımcıları nasıl etkiliyor?

Tasarım disiplini ikilemi

Birkaçını saymak gerekirse, Etkileşim Tasarımcısı, UX Tasarımcısı, UI Tasarımcısı



Yapay zekâ tarafından oluşturulmuş, çeşitli tasarım disiplinlerini temsil eden farklı araç ve semboller kullanan bir tasarımcı.

(User Interface Designer) ve Hizmet Tasarımcısı gibi unvanların çoğalması şaşırtıcı bir manzara yarattı. Her başlık

benzersiz bir niş vaat ediyor gibi görünüyor, ancak roller sıklıkla önemli ölçüde örtüşüyor. Soru şu: iyi de, neden?

Farklı tasarım rollerini gösteren işaretlerin bulunduğu bir labirent.



Etrafı kitaplarla, dizüstü bilgisayarda görüntülenen çevrimiçi kurslarla ve çeşitli dijital araçlarla çevrili bir masada oturan bir tasarımcı.



İşbirliğine dayalı bir atölye çalışmasında, çeşitli tasarımcılardan oluşan bir grup.



Tarihsel bağlam

Teknolojiyle birlikte tasarım da hızla gelişti. Her teknolojik ilerlemeyle birlikte yeni tasarım zorlukları ortaya çıktı ve bu benzersiz sorunlara çözüm bulmak için de uzmanlaşmış rolleri yaratmak gerekti. Ancak alan olgunlaştıkça bu roller arasındaki ayrımlar her geçen gün bulanıklaşmakta ve bugünkü açmazımıza yol açmakta.

Örneğin Nielsen Norman Group, UX Tasarımcılarına olan talebin 2016'dan bu yana yılda %18 arttığını belirtiyor ve bu da kullanıcı deneyiminin ürün geliştirmede önemli bir unsur olarak giderek daha fazla kabul edildiğini gösteriyor. Bu yükseliş, her biri gelişen teknoloji ortamında kendine yer açan Etkileşim Tasarımcısı ve UI Tasarımcısı gibi diğer rollerin ortaya çıkışıyla paralellik gösteriyor.

Örtüşen rollerin gerçekliği

Uygulamadaysa, bu roller arasındaki ayrımlar genellikle ayrıcalık olma halinden ziyade vurguyla ilgilidir. Örneğin: Etkileşim Tasarımcıları kullanıcı etkileşimlerindeki nüanslara odaklanır. UX Tasarımcıları genel kullanıcı yolculuğunu dikkate alır. UI Tasarımcıları bir arayüzün görsel öğelerinde uzmanlaşır. Hizmet Tasarımcıları da hizmet ekosisteminin tamamına bakar.

Bu ayrımlara rağmen yetkin bir tasarımcı, karmaşık sorunları çözmek için her disiplinin becerilerini kullanarak sıklıkla bu sınırları aşabilir.

Adobe tarafından yapılan bir araştırma, işe alımlarla ilgili yöneticilerin %87'sinin, UX Tasarımcılarının, UI ve Etkileşim Tasarımı gibi diğer tasarım rolleriyle örtüşen becerilere sahip olduğunu düşündüğünü ortaya çıkardı. Bu bulgu, tasarım disiplinlerindeki akışkanlığın ve çok yönlü becerilerin öneminin altını çiziyor.

Tasarımcılar üzerindeki etki

Tasarımcılar için bu parçalanma hem bir nimet hem de bir lanet olabilir. Bir yandan uzmanlaşma ve belirli becerileri geliştirme fırsatları sunarken, öte yandan kafa karışıklığı yaratarak istihdamın önünde potansiyel engeller çıkarabilir. Yetenekli tasarımcılar kendilerini iş unvanları nedeniyle gölgede bırakılmış veya daha kötüsü, becerileri tek bir kutuya tam olarak sığmadığı için gözden kaçırılmış halde bulabilirler.

Labirentte gezinmek

Peki tasarımcılar bu labirentte nasıl yol almalı? İşte birkaç ipucu:

1. Sürekli Öğrenmeyi Benimseyin: Sektör trendlerinden haberdar olun ve farklı tasarım disiplinlerindeki becerilerinizi sürekli olarak geliştirin. LinkedIn'e göre 2023'te en çok talep gören sosyal, yani teknik olmayan beceri yaratıcılık oldu ve bunu işbirliği, uyum sağlama ve duygusal zekâ takip etti. Bu beceriler çok yönlü olmak isteyen tasarımcılar için çok önemlidir.
2. Çok Yönlülüğünüzü Vurgulayın: Birden fazla şapka takma yeteneğinizi sergileyin. İşverenler, uyum sağlayabilen ve çok çeşitli becerileri ortaya koyabilen tasarımcılara değer veriyor. InVision tarafından yapılan bir anket, şirketlerin %70'inin geçtiğimiz yıl tasarım ekiplerini büyüttüğüne ve bunun da tasarım sürecinin çeşitli yönlerini ele alabilen tasarımcılara olan talebin arttığına dikkat çekti.
3. Rolünüzü Netleştirin: İş başvurusunda bulunurken veya müşterilerle çalışırken masaya neler koyacağınızı açıkça belirtin. Benzersiz beceri karışımınızı ve bunların belirli sorunları nasıl çözeceklerini tanımlayın.

Çözüm

Tasarım dünyası zengin ve çeşitlidir ancak aynı zamanda kafa karıştırıcı da olabilir. Tasarımcılar olarak karmaşıklığı benimsemeli, sürekli öğrenmeli ve değerimizi açıkça ifade etmeliyiz. Bunu yaparak sadece kariyerimizi ilerletmekle kalmayız, aynı zamanda daha tutarlı ve etkili bir tasarım endüstrisine de katkıda bulunuruz.

Sonunda kendimize Etkileşim Tasarımcısı, UX Tasarımcısı veya tamamen farklı bir şey söylesek de amacımız aynı kalıyor: kullanıcılar için olağanüstü deneyimler yaratmak. Ve sevgili okuyucu, asıl önemli olan da budur. ●

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Ferhat Meşhur

Tasarım

Bülent Erkmən

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafik Tasarımcılar

Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr