



Tasarıma Postmodern Yaklaşım: David Carson'ın Tasarım Sürecinde Yöntem Analizi

Postmodern Approach to Design: David Carson's Method Analysis in the Design Process

ÖZET

Toplumların düşünsel, kültürel ve teknolojik olarak geçirdiği her türlü değişim, tasarım alanına da yansımaktadır. Özellikle görsel iletişim tasarımı alanında bu değişim postmodernizm olarak adlandırılan dönemde net bir biçimde gözlemlenebilir. Bu alanda 1970'li yıllara denk gelen ve 1990'larda zirveye ulaşan postmodernizm, modern dönemde ortaya çıkan akımların 20. yüzyılın ortalarından başlayarak tasarıma giderek katı kurallar getirmesine tepki olarak gelişmiştir. Modernizmle birlikte görsel iletişim tasarımında öne çıkan düzen, sadelik, işlevsellik gibi unsurlar bazı postmodernistler tarafından göz ardı edilmiştir. Bu nedenle araştırmada öncelikle tasarım bağlamında modernist ve postmodernist dönemin tasarım yaklaşımlarındaki farklılıklar hakkında genel bir çerçeve sunulmuştur. Literatür incelemesinde dönemsel değişen tasarım anlayışının nedenleri ve genel özellikleri tespit edilmiştir. Postmodern grafik tasarım tarihinin öne çıkan tasarımcılarından biri olan David Carson'ın çalışmaları bağlamında değişen bu süreç ele alınmıştır. Her tasarım problemi farklı çözümler gerektirdiği için her tasarımcı soruna birbirinden farklı biçimlerde yaklaşmaktadır. Dolayısıyla tasarımcıların tasarım süreçleri kendi birikimleri çerçevesinde özgün bir şekilde gelişim göstermektedir. Bu araştırmanın amacı ise David Carson'ın yaptığı tasarım çalışmalarını postmodernist dönemin tasarım anlayışı bağlamında araştırmak, analiz etmek ve sonucunda tasarımcı özelinde tasarım yöntem analizi geliştirmektir. Tasarımcının tasarımları ve verdiği röportajlardan nitel araştırma tekniği ve doküman incelemesiyle veriler elde edilmiş, betimsel yaklaşımla sunulmuştur. Elde edilen bulgular ışığında tasarımcının üretim sürecine dair yöntem analizi infografik olarak görselleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel İletişim Tasarımı, Postmodernizm, Modernizm, Metot, Analiz.

ABSTRACT

All kinds of changes that societies undergo intellectually, culturally, and technologically are also reflected in the field of design. This change, especially in the field of visual communication design, can be observed in the period called postmodernism. Postmodernism, which coincided with the 1970s and reached its peak in the 1990s in this field, developed as a reaction to the movements that emerged in the modern period and brought increasingly strict rules to design, starting from the mid-20th century. Elements such as order, simplicity, and functionality, which came to the fore in visual communication design with modernism, were ignored by some postmodernists. For this reason, in the research, first of all, a general framework is presented about the differences in the design approaches of the modernist and postmodernist periods in the context of design. In the literature review, the reasons and general characteristics of the periodically changing design approach were identified. This changing process is discussed in the context of the work of David Carson, one of the prominent designers in the history of postmodern graphic design. Since each design problem requires different solutions, each designer approaches the problem in different ways. Therefore, designers' design processes develop uniquely within the framework of their knowledge. The purpose of this research is to research and analyze David Carson's design works in the context of the design approach of the postmodernist period and as a result, to develop a design method analysis specific to the designer. Data were obtained from the designer's designs and interviews through qualitative research techniques and document review and were presented with a descriptive approach. In light of the findings obtained, the method analysis of the designer's production process was visualized as an infographic.

Keywords: Visual Communication Design, Postmodernism, Modernism, Method, Analysis

GİRİŞ

Tasarım problemini çözmek için bu zamana kadar geliştirmiş, sınırları belirlenmiş birebir uygulanacak, kesin sonuç verecek bir formül bulunmamaktadır. Benzer projeler için de olsa her tasarım problemi kendine özgüdür. Günümüzde sürece dair tasarım odaklı düşünme gibi çeşitli metodolojiler geliştirilse de bunlar yaratıma olanak verecek şekilde, esnek bir yapıda kurgulanmıştır. Her tasarımcı projeye göre kendi içinde farklılaşan çeşitli yöntemler izlemektedir. Bu yöntemler tarihsel olarak da döneme göre de farklılıklar göstermektedir. Bu araştırmada postmodern dönemin öne çıkan isimlerinden tipografi alanında ağırlıklı

Sare Şeyma Duran¹

How to Cite This Article

Duran, S. Ş. (2023). "Tasarıma Postmodern Yaklaşım: David Carson'ın Tasarım Sürecinde Yöntem Analizi", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 9(78): 5398-5407. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/smryj.73836>

Arrival: 23 October 2023
Published: 25 December 2023

Social Mentality And Researcher Thinkers is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Arş. Gör., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Mimarlık ve Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı, Ankara, Türkiye



çalışmaları bulunan David Carson'ın tasarımları incelenmiştir. Tasarımcının çalışmalarında kendine özgü bir üslup gözlemlendiği için araştırma konusu olarak ele alınmıştır. Çalışmalarında modernizmin tasarım alanına getirdiği işlevsellik, indirgemecilik ve düzen gibi katı kuralları postmodernist bir tavırla aşmıştır. Dolayısıyla araştırmada öncelikle tasarımda postmodern yaklaşım ele alınmış, tasarım açısından genel özellikleri belirlenmiş, bunu yaparken de modernist tasarım anlayışıyla kurulan zıtlıklardan yararlanılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmış, tasarımcının kendisi ile yapılan röportajları ve tasarımları incelenmiş, tasarım tarihi bağlamında yapılan literatür okumasıyla birlikte değerlendirilerek tasarımcının yaratım sürecine dair çıkarımlar yapılmış ve tasarım problemine yaklaşımının yer aldığı yöntem analizi infografik olarak sunulmuştur.

Tasarımda Postmodernizm

Postmodernizm sanat ve tasarım alanında bir akım ya da üslup değildir. Felsefe, kültür, sosyoloji gibi alanlarda doğan ama bütün alanları etkileyen ve çağın çeşitli nedenlerle değişen ruhunu tanımlayan bir kavramdır. Roland Barthes, Jacques Derrida, Jean-François Lyotard ve Jean Baudrillard gibi düşünürler bu kuramı geliştiren isimlerdir. “[...] Jean François Lyotard postmoderni temel bir uzlaşma olasılığına karşı kuşkuçuluk ve farklılıklarla ortak ölçülemezliklerin kaçınılmazlığının kabul edilmesi olarak görür. Onun postmodernizmi bir tür, yeni bir toplumsal varoluş biçiminin entelektüel manzarasını koruyan, eleştirel açıdan canlandırılmış bir modernizm biçimidir” (Harrison, Charles, & Paul, 2016, s. 1185). İsmail Tunalı modernizmin insanları dar kalıplara hapsedtiğini, bunların temsili olan geometrik formun parçalanmasının ise insanı yeni dünyanın anlayışı ve değer sistemine ulaştırdığını belirtmiştir. Bu parçalanmanın ise sanatın polifonisi olarak bahsettiği postmodernizmle gerçekleştiğini ve bu yeni yaklaşımın modernitede görülen tek boyutluluğu zenginleştirerek aştığını savunmuştur (Tunalı, 2013, s. 213). Tasarım alanından Meredith Davis (2012) ise “Graphic Design Theory” isimli kitabında postmodernizmin tanımını: “Çeşitli disiplinlerde tartışmaya açık, ancak daha sonraki kapitalizmin koşullarının ve Batı toplumlarının medya doygunluğunun tanımlarını içeren bir terim. Bazıları postmodernizmi modernizmin geleneksel görsel biçimlerinin reddi olarak tanımlarken, diğerleri onun anlamın nasıl inşa edildiğiyle ilgili teorilere ve ideolojilere olan güvensizliğine odaklanır” olarak vermiştir. Dolayısıyla her araştırma alanında modernizm ve postmodernizm arasında çok keskin zıtlıklar bulunmaktadır ve görsel iletişim tasarımı alanında da bu ayrım net bir biçimde görülmektedir. Tasarım, içinde bulunduğu toplumun geçirdiği sosyal, siyasal, teknolojik, ekonomik ve kültürel değişimden bağımsız değildir. Bu dönem 1970’li yılların ortasından başlayarak 1990’lı yıllarda zirveye ulaşmıştır. Postmodern zamanın tasarımcıları görsel dilde değişimin yolunu açarak renkli bir dönem başlatmışlardır. Dolayısıyla değişen düşünce biçimini anlamlandırabilmek için postmodernist dönemi tanımlarken modernizm arasında kurulacak zıtlıklardan yararlanılacaktır.

Tasarımın temelini öncelikle modernist olduğunu belirtmek gerekmektedir. Modernizm; savaş, endüstrileşme, kentleşme, tüketim kültürü gibi toplumları derinden etkileyen olumsuzlukların bulunduğu bir dönemdir. Modernizm başında Fütüristlerin, Dadacıların deneysel çalışmaları ön plandayken ikinci dünya savaşı sırasında ve sonrasında tasarımcılar giderek standartlaşan çözümleri kullanmaya eğilim göstermiştir. Özellikle Bauhaus okulunun etkisiyle tasarımın günümüzde bilinen ilkeleri bu dönemde temellendirilmiştir. II. Dünya Savaşı’ndan sonra sanat ve tasarımın odağının Avrupa’dan ABD’ye taşınmasıyla İsviçre’deki Basel Okulu Bauhaus’un tasarım ilkelerini geliştirmiş ve uluslararası biçim oluşturmuştur. 1970’lere kadar tasarımda akılcı ve nesnel bir yaklaşım gelişmiştir. Meredith Davis’de bu durumdan şu şekilde bahsetmiştir: “Yirminci yüzyıl boyunca, Avrupa avangardı içinde isyan ve hoşnutsuzluğun kanıtı olarak başlayan fikirler (Fütürizm, Dada, Süprematizm, Konstruktivizm De Stijl ve Bauhaus), sosyalleştirici işlevlerinden bazılarını kaybederek kültürel ana akımın bir parçası haline geldi. Yüzyılın son yarısına gelindiğinde, Uluslararası Tipografik Tarz, modernist ilkeleri “iyi biçim” için kural sistemlerinde kodlanmıştı” (Davis, 2012, s. 173). Dolayısıyla modernizm tasarım ve sanata başta özgürlük getirirken, bir süre sonra bu alanda kısıtlayıcı varsayılan ilkelerin oluşmasına yol açmıştır. Özellikle İsviçre Stili’nin etkisi önemlidir. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra İsviçre, tasarımın ve tipografinin merkezi haline gelmiştir. Grafik tasarımın iletişimsel yönü ağır basmaya başlamış, sadece nesnel ve akılcı bir yaklaşımla oluşturulan tasarımların öne çıktığı bir dönemin doğuşuna sebep olmuştur. Modernizm kapsamında ele alınan bu dönemde tipografideki grid sistemi sayfa tasarımına da aktarılmış, tasarım öğelerini düzenlemeye yarayan bu ızgara sistemi layout olarak tanımlanmıştır. Yüzeylerde matematiksel hesaplamalar, oran-orantılar kullanılmaya başlamıştır. Tasarımlarda gereksiz her öğeden kaçınılarak sadelik amaçlanmıştır. Tasarımlarda kullanılan sözel ve görsel öğeler açık ve nettir. Bunun temeli Bauhaus’un “biçim işlevi izler” düşünce yapısına dayandırılabilir. Yine bu sadeleşme hedefi doğrultusunda tipografi kullanımı incelendiğinde serifsiz font kullanımı dikkati çekmektedir. Okunaklılık ve işlevsellik her zaman ön plandadır. Tasarımlarda kişisel üsluplara yani özgünlüğe yer verilmez. Böylece tasarım anlayışının evrensel boyut kazanmasını sağlamışlar ancak kimilerine göre yapılan tasarımlar bu dönemde giderek standartlaşmaya başlamıştır. Bu aynılaşma ve sınırlandırmalar tasarım alanında

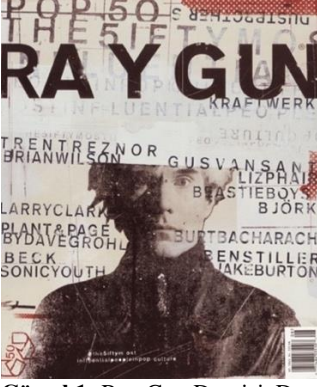
postmodernin doğuşunu hızlandırmıştır. Tasarımda Postmodernizmle birlikte Fütürizm, Dadaizm gibi akımların bulunduğu köklere geri dönüş yapılmıştır. Wolfgang Weingart ve Dan Friedman gibi sanatçılar Fütürizm ve Dada'da görülen deneyselliği tekrar tasarıma dahil etmiştir. Yine bu dönemlerde değişime uğrayan toplumsal yapıda Punk gibi yeni kültürler doğmuş ve bu kültürel eğilimler, düşünceler, gelişen teknoloji ve dünya düzeni tasarım dünyasını da etkilemiştir. Özellikle 1990'ların başında bilgisayar yazılımları, baskı teknolojilerinin ve masaüstü yayıncılığın gelişimi tasarımcıların geleneksel yöntemlerle aynı sonuçları elde etmesine olanak verecek biçimde gelişmiştir. Bu dönemde el yapımı, dışavurumcu yazı ve görsellere de ilgi artmıştır (Meggs & Purvis, 2012). Dönemin postmodernist tasarımcıları kuralları yıkarken tasarımda bir standartlaşmaya doğru ilerlememektedir. Çünkü hepsi kendi özgün tarzını tasarımlara aktarır, böylece çeşitlilik sağlanır. Genel olarak tasarımlarda özgürlük gözlemlenir. Postmodern grafik tasarımcı tek bir baskın mesaj ve ya görsel form aramamış; melez görüntüler, karışık tipografik stiller kullanarak ve karmaşık kompozisyonlar kullanmıştır (Aynsley, 2001). Tipografide serifli-serifsiz fonlar ayırt edilmeksizin kullanılır, layout ve grid sistemine uyulmayabilir, kimi zaman iletişimin temel ögesi okunurluk göz ardı edilebilir, sadelik genellikle yoktur, tasarımlara kontrollü kaos hakimdir. Oran-orantı, hiyerarşi, düzen, denge gibi tasarımın temel ilkeleri dikkate alınmayabilir, tasarımlar deneysel gelişir ve sonuca sezgisel bir biçimde ulaştırılır.

David Carson'ın Tasarım Yöntemi Analizi

1950'li yıllarda doğan Amerikalı David Carson, sosyoloji bölümünden mezun ve profesyonel sörf kariyeri olan bir grafik tasarımcıdır. Kariyeri yazı tipinde dijitalleşme başlamasıyla eş zamanlı gelişme göstermiştir. Sanat yönetmenliğini yaptığı dergilerle tasarım dünyasının dikkatini, aynı zamanda tepkisini çekmiştir. Carson, sanat tarihinde geleneklere karşı gelerek ortaya çıkan her bir yeni akımın başta kabullenilememesi problemi gibi tasarım tarihinde benzer bir etki oluşturmuştur. Editoryal alanda başladığı kariyerinde Transworld Skateboarding, Beach Culture (1989–91), Surfer (1991–3) ve Ray Gun (1992) gibi dergilerde sanat yönetmeni ve tasarımcı olarak ilerlemiştir (Aynsley, 2001, s. 232). Editoryal tasarıma farklı yaklaşımı kariyerinde öne çıkmasında etkili olmuştur. Tasarımda ızgara sistemi, hiyerarşi, düzen gibi geleneksel tasarım ilkelerini uygulamadan tasarım yapmıştır ve kendi yaklaşımını yüzeyle yansıtmıştır. Ray Gun Dergisi'nde yaptığı sanat yönetmenliğini onu grafik tasarım tarihinin öne çıkan isimlerinden biri haline getirmiştir. Genç tüketicilerin ilgi alanını ifade eden çalışmalarının da etkisiyle 1990'lı yıllarda tasarım dünyasını çalışmalarıyla etkisi altına almıştır. Microsoft, Nike, Giorgio Armani ve Pepsi Cola gibi dünyanın önde gelen, güçlü markalarıyla çalışmaya başlamıştır. "The End of Print: The Graphic Design of David Carson" gibi yazınsal olarak da alana katkı sağlamıştır.

David Carson'ın çalışmaları incelendiğinde Uluslararası İsviçre Stili gibi tasarım dünyasına modernizmle birlikte hâkim olan düzen ve sistemin zıttı olabilecek bir anlayışla tasarlanmıştır. Yapısökümcü tipografik anlayışa sahiptir. Yazı tipini manipüle eder ve metni izleyici için yönlendirici öge olarak kullanmaktadır. Postmodernist ya da çağdaş tasarımcı olarak değerlendirilmektedir. Tasarımcının müşterinin iletişim sorununu çözmesi gereken uzman olduğu ya da "formun işlevi takip ettiği" modernist görüşe karşı çıkmakta ve anlamı keşfetmek için düzeni kullanmaktadır (Aynsley, 2001, s. 233). Tasarıma tipografideki grid sistemini taşıyan Josef Müller Brockmann'ın tasarımcı hakkında görüşü sorulduğunda "Ben sörf yapmam, dalışa geçerim" demiştir (Armstrong & Helen, 2012, s. 62). Brockmann'ın Carson'na bakışının nedeni onun savunduğu her şeye karşı tasarımlar ortaya çıkarmasıdır.

Bu bağlamda Görsel 1 üzerinden değerlendirme yapılacak olursa: ilk olarak derginin adının tipografik kullanımında karakterlerin birbirinden farklı kalınlıklarda olduğu, harf espaslarının bozuk olduğu, sayfa kenar boşluklarına dikkat edilmediği görülmektedir. Kapakta yer alan Andy Warhol'un portresinin tamamı kullanılmamış, kolaj etkisi verilmiştir. Ek bilgilerin tipografisinde de hiyerarşi, düzen gibi tasarım unsurlarına uyulmadığı görülmektedir. Bu bağlamda tasarımda temel ilkelere karşıt yaklaşımlar tasarımcının diğer tasarımcılar tarafından kabulünü zorlaştırmıştır.



Görsel 1: Ray Gun Dergisi, David Carson

Steven Heller ve Véronique Vienne, Grafik Tasarımı Değiştiren 100 Fikir isimli kitaplarında David Carson'ı şaşırtıcı bir biçimde etkili buldukları iletişim biçimi olan "Okunaksızlık" başlığı altında ele almışlardır. "Karışmış metnin beyin aktivitelerini uyarma yeteneğinden faydalanan tasarımcı" olarak nitelendirilmiş ve bunu bir yetenek olarak öne sürmüşlerdir (Heller, Steven, & Véronique, 2016, s. 162). Görsel 2'de tasarımcının bir sempozyum için yaptığı afiş tasarımı görülmektedir. Standart bir sempozyum afişinde, yer, saat, tarih gibi bilgilerin de hemen hedef kitleye iletilmesi beklenirken, bu tasarım izleyici tarafından dikkatlice incelenmedikçe ilk bakışta çok az bilgi iletmemektedir. "Type" kelimesinin tamamına yüzeyde yer verilmesi de izleyicinin zihninde tamamlanmaktadır. "International" kelimesi de Type'in arkasında yer almasına karşın okunabilmektedir. Okunaklılığın iletişimle karıştırılmaması gerektiğini savunur ona göre okunaklı geleneksel basılı mesajların çoğu okuyuculara çok az görsel çekicilik sunmaktadır (Meggs & Purvis, 2012, s. 535). İletişim amacını hiyerarşik olarak göz ardı eden tasarımda yönlendirici düzensizlik vardır, ancak bu düzensizliğin arkasında bilinçli yönlendirmeler bulunmaktadır.



Görsel 2: International Type Symposium, Bangkok, 2014, Afiş tasarımı, David Carson

Tasarımcı, yayınlanan bir röportajında "Hedef kitle ve onlarla nasıl iletişim kurabileceğim hakkında çok meraklıyım" diye belirtmiştir (Creative Bloq, 2008). Dolayısıyla tasarımları her ne kadar "rastgelelik" üzerine kurulmuş gibi görünse de aslında tasarımlarını yaparken hedef kitleyi önemseydiğini ve yaklaşımını insanların dikkatini ve ilgisini çekmek üzere kurguladığı üzerine çıkarım yapılabilir. Meggs ve Purvis'e göre Carson: "Okunabilirliği iletişimle karıştırılmaması gerektiğine inanıyor, çünkü oldukça okunaklı birçok geleneksel basılı mesaj okuyuculara çok az görsel çekicilik sunarken, daha dışavurumcu tasarımlar onları cezbedebilir ve ilgisini çekebilir" (P. B. Meggs, Purvis. A.W, 2006, s. 359). Carson, yaratıcı sürecinde çevresinden etkilendiğini, gözlemlediğini, her zaman fotoğraf çektiğini ve yaşadığı deneyimlerin çalışmalarını etkilediğini bu durumun da tasarımlarında doğrudan değil; biçim, renk gibi unsurlarda ortaya çıktığını belirtmiştir. Ona göre tasarımda en önemli olan şey, tasarımcıların kendilerini işine tamamen vermeleri gerektiğidir. Bir tasarımcının geçmişine ve hayat deneyimine sahip olduğunu belirtmiştir. Eğer bunları çalışmaları ile bütünleştirirlerse iki şey olacağını savunmuştur. İşten zevk almak ve işinin en iyisini yapmak. Diğer taraftan aynı programları kullanarak mantıklı ve güvenli tasarım yapan tasarımcılara ihtiyaç olmadığını vurgulamıştır (B-Change, 2015). David Carson, yaptığı projelere başlarken önceden belirlenmiş bir formül bulunmadığını, çözüm bilgisinin tasarımcıya verilen materyaller olduğunu belirtmiştir. Burada materyal olarak bahsettiği; tasarım özeti, rakiplerin ve müşterilerin kim olduğu gibi unsurlardır. Bunlarla birlikte "neyin" iletilmeye çalışıldığı yani mesajın tanımının yapılmasının cevabı bulmak için bir başlangıç noktası olarak benimsemiştir (B-Change, 2015). David Carson bir Ted konuşmasında, Görsel 3'teki fotoğrafı göstererek aynı renk, aynı mesaj ve kelimelerle iletilen mesajın etkisine dikkatleri çekmiş, "Siz olsanız hangi kapının önüne

park ederdiniz?” diye sormuştur (TED, 2009). Buradan tasarımcının gözlem yeteneği ve tipografinin alıcıda uyandırdığı “duygu” üzerine düşündüğü öne sürülebilir. Tipografi sadece kelimelerin ifadesi değil, aynı zamanda öfke, heyecan, resmiyet, canlılık gibi duyguları da aktarmada en önemli araç olması nedeniyle dönemsel akımlarla (Uluslararası İsviçre Stili vb.) kimi sınırlamalar getirilmesi duyguların ifadesini engellemektedir. Carson’ın tasarımlarında bu sınırlılıkları aşması tasarımlarında özgürlük alanını genişletmektedir.



Görsel 3: David Carson Ted Konuşmasından görüntü

Carson tasarımcının her türlü yazılıma hakim olması gerektiğini ama bunlar ile sadece daha güçlü tasarımlar yapılabileceğini vurgulamıştır. Ona göre öncelik, “ilham kaynakları için bir göz geliştirmek, fikirleri, kavramları ve tasarım yöntemlerini keşfetmektir. Eksiksiz ve başarılı bir tasarım oluşturmak için öğeleri nasıl birleştireceğini bilmek” olduğu belirtmiştir. “Başarılı bir tasarım için tek bir reçete yoktur. Sınıflarımızda hepimize aynı tasarım özellikleri verilir ve program araçları hakkında (az ya da çok) aynı bilgiye sahibiz. Yine de hepimiz birbirinden çok farklı tasarımlar yaratıyoruz” (David Carson: Design and Discovery).



Görsel 4: David Carson Afiş Tasarımı, 2013

Carson’ın Görsel 4 verilen afiş tasarımında, düzen odaklı bir layout kullanmadığı görülmektedir. Tasarımın kalıplaşmış kuralların dışında bir sayfa düzeni, merkezde hiçbir tasarım öğesinin bulunmadığını görülmektedir. İyi bir okunur metin için standart punto kullanımı, hassas satır aralığı ve doğru hizalama (Ambrose & Harris, 2020, s. 103) gerekse de afişte iletilmesi gereken bütün mesajlar sayfanın üst konuma sıkıştırılarak yerleştirilmiş, kenar boşlukları, satır boşlukları gibi espaslar dikkate alınmamıştır. Serifsiz bir font kullanmış, bilgiler arasında düzen, hiyerarşi, oran-orantı, denge gibi unsurlar arka planda bırakılarak, bazı yerlerde sözcükler üst üste konumlandırılmıştır.

David Carson’ın Tasarım Sürecinde Öne Çıkan Unsurlar

David Carson’ın ele alınan tasarımları, sanatçı röportajları ve literatür incelendiğinde hedef kitle, duygu, kuralsızlık, mizah, üslup, ilham ve deneysel yaklaşım sınıflandırılabilir çeşitli unsurların ön plana çıktığı görülmüştür. Bunlar başlıklar altında sınıflandırmış, böylece tasarımcının yaratım süreci ve yöntemine dair analiz oluşturulmuştur.

Hedef Kitle Tanımlaması: Tasarımcılar yaptıkları çalışmalarla iletişimi kurgularken müşterinin istekleri doğrultusunda kültürel bağlama atıfta bulunarak pratik ve yaratıcı bir şekilde görsel mesaja dönüştürmektedir (Ersöz & Şahin, 2022, s. 15). Carson’ın hayat deneyimleri ve sosyoloji üzerine eğitim alması hedef kitleyi tanımlayabilmesindeki başarısına etki etmiş olabilir. Özellikle 90’lı yıllardaki kariyerinin başında sanat yönetmenliği yaptığı dergilerdeki başarısı hedef kitesinin kültürüne (ekstrem spordaki kariyeri) hâkim olmasına bağlanabilmektedir.

Tasarımda Duygu İletimi: Yazı temel işlevi dışında sembol ve imge olarak da kullanılabilir (Ambrose & Harris, 2019, s. 106). David Carson’ın tasarımlarının diğer bir özellik; tipografi, mizanpaj, renk, boyut gibi tasarımın tüm öğelerini kullanarak duygu aktarımı yapmasıdır. O bu durumdan “tasarıma ruh kazandırmak” olarak bahsetmektedir. “Hiçbir kuralım yok ya da kuralları çiğnemek için yola çıkmıyorum, sadece farklı bir

yaklaşımım var. Bazen grafik tasarımı biraz daha duygusal tutmaya ya da biraz ruh vermeye çalışan birkaç sestenden biri olduğumu hissediyorum, ki bu beni erkenden etkiledi. Sadece düzenleme şeklinize göre çok fazla tepki yaratabiliyor olmanız tasarımın ne kadar güçlü bir dil olduğunu gösteriyor” olarak bahsetmiştir (Designboom, 2013). Hilner da tipografik çalışmanın estetiğinin, duygusal tepkileri kışkırtarak iletişim kurduğunu belirterek uyarımın iletişim süreciyle ilgili olduğuna vurgu yapmıştır (Hillner, 2009, s. 99).

Sınırları Aşma ve Mizah: Geleneksel bir tasarım eğitiminden geçmeden tasarım kariyerine başlamış olması, kuralların dışında düşünebilme yeteneği kazandırmış olabilir. Ayrıca, yaptığı tasarımların kimilerince kurallara aykırı bulunarak başarısız kabul edilmesi ve onun cesaretini kırmaması yine aynı nedene bağlanabilir. Weill’in de belirttiği üzere tasarımcı metnin içine aykırı görsel malzemeler yerleştirir, bunlara imgeler eşlik etmektedir (Weill, 2015, s. 122). Genellikle makale başlıklarını resimler arasında düzensiz bir şekilde yerleştirir ya da bunları akılcı diziler yerine daha dışavurumcu etki ile düzenlemektedir (Meggs & Purvis, 2012, s. 535). Carson’ın röportajları da incelendiğinde, tasarımlarına da yansıyan mizah anlayışı söz konusudur. Bu yaklaşımı zamanında çok ilgi görmemiş ancak sonradan çok fazla üstünde durulan Bryan Ferry’nin makalesinde net bir biçimde görülebilir (bkz. Görsel 5). Ray Gun’ın bir sayısında yayınlanacak bu makaleyi sıkıcı bulan Carson, makalenin sadece semboller kullanılarak tasarlanmış bir font olan Zapf Dingbats ile yazılmış halini yayınlamıştır. Makale bir kriptograma dönüşmüş, okunması olanaksızlaşmıştır. Carson kendi yöntemiyle bu sıkıcılığı aşmış ve ilgi çekici hale getirmiştir.



Görsel 5: Ray Gun dergisi sayfa tasarımı, David Carson

Kendisine bu konuda nasıl tepkiler alındığına dair sorular sorulduğunda; internet öncesi bir dönem olduğuna değinerek, anında geri dönüş olmadığını belirtmiştir. Komik olduğu ve hızlıca ürettiği için bu kadar büyük olay olmasına şaşırıldığı vurgulamış ayrıca çalışmaların derginin tutumuna uymasına, izleyiciyi temsil etmesine ve konuyu temsil etmesine yönelik tasarımcının sorumluluğu olduğunu vurgulayarak çalışmanın başarısını buraya bağlamıştır (Designboom, 2013). Dolayısıyla günümüzde tasarım alanında internetin ve teknolojinin merkezde olduğu, kullanıcı odaklı tasarım ve tasarım odaklı düşüncede kullanılan belirli algoritmalarla sağlanan geri bildirim yokluğu hem deney yapmaya olanak sağladığı hem de çok az kişiye ulaşma noktasında kısıtlayıcı olduğu çıkarımı yapılabilir.

Üslup: David Carson’ın tasarımları ona ait olduğunu kanıtlayacak biçimde özgün bir üsluba sahiptir. Meggs ve Purvis’e göre ızgara formatları, bilgi hiyerarşileri ve tutarlı düzen veya tipografik kalıplardan kaçındığı, bunun yerine her konunun, sayfa ya da formanın ifade olanaklarını keşfetmeyi tercih ettiğine değinmişlerdir (Meggs & Purvis, 2012, s. 535). Görsel 6’da birbirinden çok farklı ürünler üzerinde tasarımları bulunmaktadır ama sunulan mecranın değişmesi tasarımlarda ortak bir dil olduğunu göstermektedir. Carson’ın tasarladığı ambalajlı ürünlerin ve afişin Carson’ın tasarımı olduğu anlaşılacakla birlikte bu durum aynılaşmayan ya da çeşitleme gibi görünmeyen, birbirinden farklı tasarımlardır.



a



b



c

Görsel 6: David Carson'ın tasarımlarından örnekler

Tasarım açısından elde edilen veriler doğrultusunda Carson'ın çalışmalarında düzenin bozuma uğratılması görülmektedir. İletişim açısından değerlendirildiğinde, iletilen mesajların ilgi uyandırmasına yönelik merak unsurunun kullanılmasıyla izleyici tarafından algılanabilmektedir. Tasarımcı oran-orantı, kompozisyon, hiyerarşi gibi tasarım ilkelerine bağlı kalmamakta ve tasarımları içgüdüsel ve deneysel olarak ortaya çıkmaktadır. Tasarımlarında düzen barındırmayan, kaotik kompozisyon anlayışı, okunaksız gibi görünen deneysel tipografi, bozuma uğratılan okunaklılık ve dinamizm dikkati çekmektedir.

İlham: İlham kaynağı olarak her zaman çevresinden yararlandığını; çektiği fotoğraflar, ailesi, kişiliği, yaşadıkları, gördükleri ve deneyimlediklerinin doğrudan olmasa da tasarımlarını etkilediğini belirtmiştir. Noble ve Bestley'in de belirttiği üzere "mevcut geleneklerin bilgisi ve kişisel görsel sözlüğün geliştirilmesi ve uygulanması yoluyla tasarımcılar, algılarını ve keşiflerini daha etkili bir şekilde kullanabilir. Böylece daha geniş bir kültürel bağlama referansla pratik ve yaratıcı bir şekilde çalışabilirler" (Noble & Bestley, 2005).

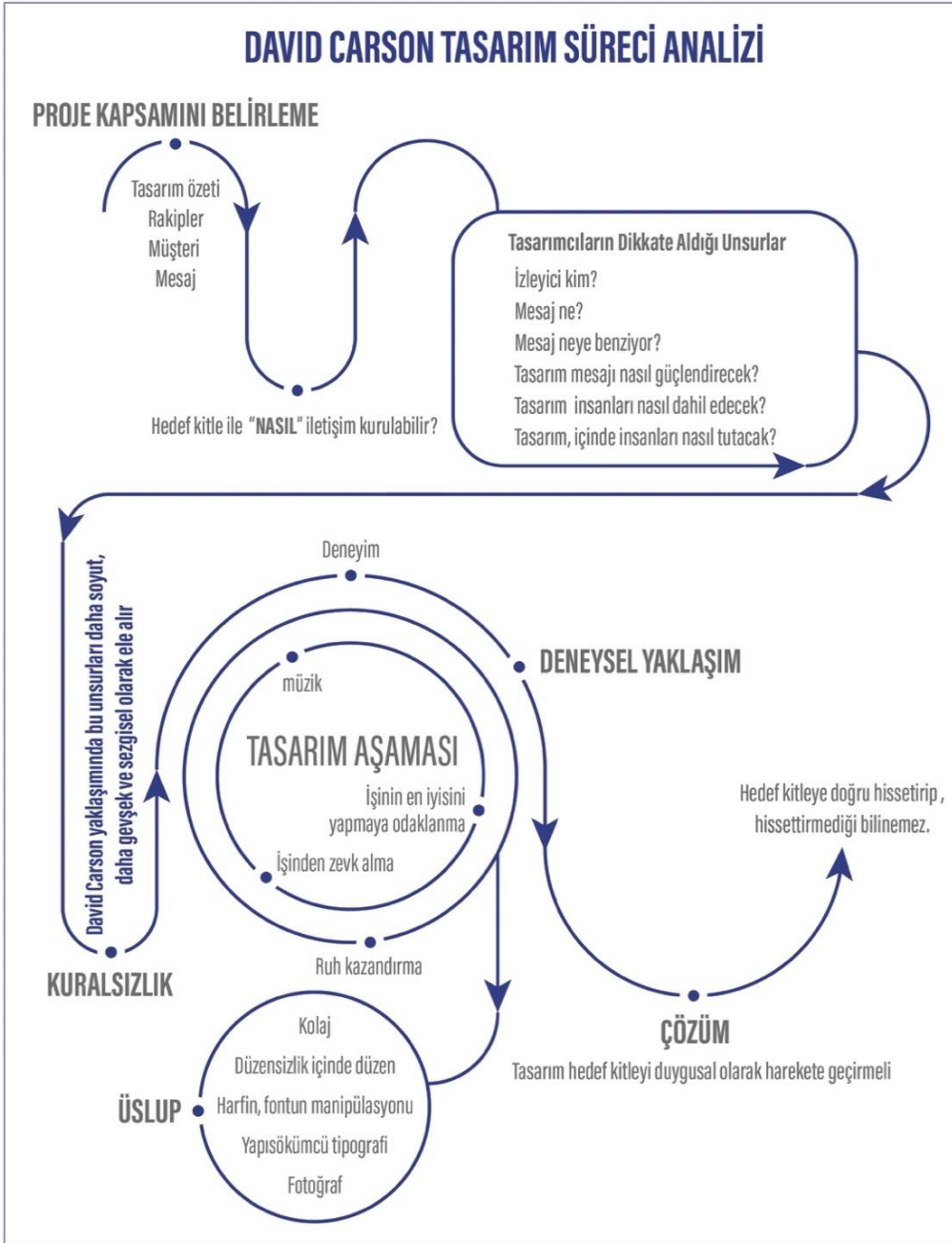
Deneysel Yaklaşım: Hem postmodernizmde hem de bazı avangard akımlarda görülen deneysel yaklaşım Carson'ın çalışmalarında da bulunmaktadır. The Rules of Graphic Design konuşmasında yer alan Görsel 7'de Salvador Dali müzesi için yaptığı logo tasarımında deneyselliği görülebilmektedir (Quark Software, 2012).



Görsel 7: St. Petesburg'daki Salvador Dali müzesi için logo deney süreci

Konuşmasında, konunun Salvador Dali olmasının ona bir özgürlük sağladığını, başlangıç için birkaç tasarım seçerek onun üzerinde eğlenerek, daraltma yoluna gittiğini belirtmiştir. Yaptığı çeşitlemeler uygulama alanına ile bütünleşebilecek çalışmalardır. Müşterilerine beğenmedikleri dışında her çalışmayı gönderdiğini, eğer içine sinmeyen bir çalışma gönderirse müşterilerinin kesinlikle o çalışmaları seçeceğinden bahsetmiştir. Bu çalışmada da müşteriye 2530 fikir gönderebileceğini, kendisi için bu sayının iki katı kadar tasarım yaptığını belirtmiştir (Quark Software, 2012). Bu deneysel tasarım anlayışının ona en iyi tasarım çözümünü bulmasında yardım ettiği ve bunun da tasarımlarına özgünlük sağladığı çıkarımı yapılabilir.

Ulaşılan veriler ışığında tasarım süreci David Carson perspektifinde görselleştirilerek infografik olarak düzenlenmiştir (bkz. Görsel 8).



Görsel 8: Makale kapsamında David Carson tasarım süreci analizi infografik çalışması

Carson'ın tasarım sürecine göre; öncelikle projenin kapsamı belirlenir, hedef kitle ile iletişim tasarımcı tarafından ele alınır. Kuralsızlık temelinde gelişen deneyim, işinin en iyisini yapmaya odaklanma, işinden zevk alma, müzik, deneyimlerden yararlanma tasarım aşamasını oluşturur. Burada özgün yaklaşım olarak tipografik düzenin bozumu, sisli-renksiz fotoğraf, kolaj, eskitilmiş harf ve düzensizlikle karşılaşılır. Bunlar deneme ve rastlantısal yaklaşımlarla varyasyon oluşturularak tasarımda çözüme ulaşılır. Tasarımcıya göre hedef kitle eğer duygusal olarak harekete geçtiyse, problem çözülmüş olur, sonuçta tasarımın ise hedef kitleye doğru hissettirip, hissettirmedeği bilinemez.

SONUÇ

20. yüzyılın ortasından itibaren modernizmle birlikte grafik tasarımın kuramsal ve uygulamalı olarak çerçevesinin belirlenmesi alana birçok katkı sağlamasına karşın tasarımlarda standartlaşmaya da sebep olmuştur. Bu nedenle 1970'li yıllardan başlayarak postmodernist tasarımcılar, benimsenen anlayışa karşı tasarımlar üretmeye başlamıştır. Bauhaus ve Uluslararası İsviçre Stili gibi akımlarda görülen düzen, mantık, hiyerarşi, oran-orantı, belirli layout düzenleri gibi kurallaşmış unsurlar; rastgelelik, deney gibi yöntemlerle yer değiştirmiştir. David Carson da 1990'larda zirvesine ulaşılan ve dijital tasarımın giderek hayata geçtiği bu dönemin öne çıkan temsilcilerinden biri olmuştur. Bu araştırmada David Carson'ın tasarımları ele alınmış, röportajları ve tasarımları incelenmiştir. Tipografi kullanımındaki özgünlükle öne çıkan tasarımlarında; duygu,

deneyim, sezgi, özgün ve deneysel yaklaşım, kural tabanlı yaklaşımlara karşı duruş, mizah gibi unsurların var olduğu tespit edilmiştir. Sayfa tasarımlarında hiyerarşi ve düzenin bozumu kelimeleri anlamından çıkararak konu hakkında bilgi iletmektedir. Çalışmaları okunabilirlik odaklı yaklaşımları sorgulamış, metinlerde çoğu zaman okunabilirliğin temel kriterlerine ters düzenlemeler görülmektedir. Metinlerin düzenlenişinde sınırsız bir çeşitleme söz konusudur. Kimi zaman satır aralılarını azaltır, kimi zaman harf espaslarını bozmaktadır, kimi zaman puntolar uygun değildir. Bu açıdan yapısökümcü tipografik anlayış geliştirmiştir. Ona göre bir tasarımda tipografinin okunaklı olması hedef kitle tarafından alımlanacağı anlamına gelmemektedir. Yapılan incelemelerin sonucunda tasarım yöntemine dair bir infografik oluşturulmuştur. Burada tasarımcının özgün üslubunu keşfetmek hedeflenmiştir. Oluşturulan süreç doğrusal değildir ve kendisi de zaten tasarıma dair net bir yöntemin bulunmadığından bahsetmiştir. Tasarım aşamasında tasarımcının kişisel birikim ve özellikleri bulunmakta, deneysel çalışma prensibi ön plana çıkmaktadır. Temeli Bauhaus'a dayanan tasarım ilkelerini sezgisel olarak göz ardı eder. Üslubunu ise dijital tasarımın olanaklarını da kullanarak tipografinin iletişim bağlamının sorgulanarak belirli sınırların dışında kurgulanması, imge olarak genellikle fotoğrafların kullanılması, harflerin, fontun anatomisinin manipülasyonu ve kolaj oluşturmaktadır. Dijital tasarımın öncülerinden olan Carson'a göre tasarım yazılımlarına hâkim olunmalı ancak bunlar sadece bir araç olduğu bilinmelidir. Özgünlük için göz geliştirilmeli, fikir üretimini destekleyecek donanıma sahip olunmalı ve yöntemler geliştirilmelidir. Carson'ın tasarım yönteminde günümüzde çok sık karşılaşılan tasarım odaklı düşünce, kullanıcı odaklı tasarım gibi metodolojileri içeren ama farklı unsurların da bulunduğu bir sürecin işlediği görülmüştür. Günümüzde kullanıcıdan geri bildirim alabilme kolaylığı dijitalleşmenin ilk dönemlerinde bulunmamasından dolayı, tasarımcının başarısının test etme ve geri bildirim gibi nedenlere bağlı olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla başarısının temeli daha çok hedef kitesini iyi tanıması ve içinde yaşadığı zamanın (postmodernizm, tasarımda dijitale geçiş vb.) ruhunu ve kültürünü iyi analiz etmesinden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Ambrose, G., Harris, P. (2019). Yaratıcı tasarımın temelleri. İstanbul: Literatür Yayınları. AVA Publishing
- Ambrose, G., Harris, P. (2020). Grafik tasarımda tipografi. Çev. Bengisu Bayrak. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Aynsley, J. (2001). A century of graphic design- graphic design pioneers of the 20th century. Mitchell Beazley Publishing.
- Armstrong, & Helen. (2012). Grafik tasarım kuramı: tasarım alanından okumalar. İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Davis, M. (2012). Graphic design theory. New York: Thames & Hudson.
- Ersöz, S.Ş., Şahin C. (2022). Tasarım ve baskı süreçleri üzerine akademik yaklaşımlar. Ankara: Son Çağ Akademi.
- Harrison, Charles, W., & Paul. (2016). Sanat ve kuram 1900-200 değişen fikirler antolojisi. İstanbul: Küre Yayınları.
- Hillner, M. (2009). Virtual typography. Lausanne: Ava Books.
- Hellner, S. & Vienne, V. (2016). Grafik tasarımı değiştiren 100 fikir. Çev. Bengisu Bayrak. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Noble, Ian, B., & Russell. (2005). Visual research: an introduction to research methodologies in graphic design. AVA Publishing.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2012). Meggs' history of graphic design. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Tunalı, İ. (2013). Felsefenin ışığında modern resim. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Weill, A. (2015). Grafik tasarım. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

İnternet Kaynakları

- David Carson: Design and Discovery. (n.d.). From Process & Skills: <https://processandskillsdotcom.wordpress.com/tag/david-carson/> Erişim: 10.09.2023
- Designboom. (2013). Interview with Graphic Designer David Carson. From Designboom: <https://www.designboom.com/design/interview-with-graphic-designer-david-carson-09-22-2013/> Erişim: 10.08.2023

TED. (2009). David Carson: Design, discovery and humor. From Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=tFpANOqSdi8&t=24s> Erişim: 14.09.2023

Quark Software. (2012). From David Carson- The Rules of Graphic Design: <https://www.youtube.com/watch?v=ttDDGnmDbBw&t=1389s> Erişim: 25.09.2023

Görsel Kaynakça

Görsel 1. Ray Gun Dergisi, David Carson <https://eleriparryart.wordpress.com/2019/01/14/twentieth-century-graphic-designer-david-carson/> Erişim: 11.08.2023

Görsel 2. International Type Symposium, Bangkok, 2014, Afiş tasarımı, David Carson <https://www.davidcarsondesign.com/> Erişim: 23.09.2023

Görsel 3. David Carson Ted Konuşmasından görüntü <https://www.youtube.com/watch?v=tFpANOqSdi8&t=24s> Erişim: 25.09.2023

Görsel 4. David Carson Afiş Tasarımı, 2013 <https://www.davidcarsondesign.com/>

Görsel 5. Ray Gun dergisi sayfa tasarımı, David Carson <https://processandskillsdotcom.wordpress.com/tag/ray-gun-magazine/> Erişim: 02.09.2023

Görsel 6. David Carson'ın tasarımlarından örnekler <http://www.davidcarsondesign.com/>

Görsel 7. St. Petesburg'daki Salvador Dali müzesi için logo deney süreci <https://www.youtube.com/watch?v=ttDDGnmDbBw&t=1389s> Erişim: 20.09.2023

Görsel 8. Makale kapsamında David Carson tasarım süreci analizi infografik çalışması. Kaynak: Yazarın kendisi tarafından üretilmiştir.