

# Yazılar:

GRAFİKERLER MESLEK KURULUŞU  
Gazeteciler Sitesi, Hikaye Sokak 7/1, Esentepe 80300, İstanbul Tel. 172 57 91

## San Francisco Tasarım Tartışmaları

Communication Arts, Sayı 192, 1987

Çeviren Ayşe Erkmen

*"CA (Communication Arts Dergisi) geçmiş yıllarda birkaç tartışma paneli yayınlanmıştı. Biri Chicago'da, ikisi NewYork'ta, ikisi Los Angeles'de yapılan bu 5 tartışmaya katılanlar tasarımcı gruplardan oluşuyordu. Diğer üçü tasarımın durumu üzerine genel tartışmalardı. Bunlardan biri dergiler hakkında, bir tanesi de kurumsal kimlik üzerine idi. Bize, bu sohbetlerden bir tane daha sunmak için uygun bir zaman gibi geldi ve bu kez yer olarak San Francisco'yu seçtik. Çok yüksek bir düzey sunmasına karşın San Francisco dünyadaki çoğu büyük şehire kıyasla çok küçüktür. 650.000 nüfusu ile boyut olarak Californiya'da dördüncü, San Francisco kıyı şeridinde de San Jose'den sonra ikinci durumdadır. Boyutuna karşın tasarım ve reklamcılık sektörünün ulusal göstergelerinde çok güçlü çıkışları olmuştur.*

*San Francisco'nun önde gelen dört grafik tasarımcısını, herbirinin firmasına yer olarak uygun mesafede olmasına nedeniyle Sheraton Palace Otelinin konferans salonuna bizimle birlikte olmak üzere davet ettik. Michael isminin San Francisco tasarımcıları arasında ilginç bir popülarlığı var. Mabry ve Vanderbyl AIGA'nın NewYork toplantısına katılan dört Michael'dan ikisi idi. Gecenin adı "Michael'ların NewYork İstilasası" idi.*

*Toplantı'dan önce konuşmacıların herbirine önerilen konulardan üzerinde durulmaya değer olanların listesi yollandı. Tabii onlar da tartışma için uygun buldukları diğer konuları önermekte serbestiler."*

**Dick Coyne**

**CA** Genelde, ulusal sahnede, bugün üretilmekte olan tasarımlar hakkında ne düşünüyorsunuz?

**Mabry** Hemen her yerde üretilen en iyi işlere baktığımızda yüksek bir düzeyle karşılaştığımızı inaniyorum. NewYork gibi daha büyük metropolitan alanlarda ise

daha yüksek bir düzey tutturuluyor. Bazı bölgeler daha geride kalabilir. Başka bölgelerde yapılandan birkaç yıl geri olabilir. Medya kanalıyla herkesin birbirini etkilediği görülüyor. İnsanlar birbirinin işlerini izleyebiliyorlar, bu da dünyayı çok fazla yakınlaştırıyor.

**CA** Yerel tasarım öldü mü?

**Mabry** Artık eskisi gibi ayırdedilmiyor.

**Vanderbyl** Kişiler tasarımında yöresel ayrımları her zaman görmek isteyeceklerdir. Çünkü insanlarda genelleştirme ve belirli bir



bir bölgenin belirli bir özelliğini odak noktası olarak kullanma eğilimi vardır. Michael ve ben AIGA'nın NewYork'daki bir panelindeydik. Bütün Michael'ları çağırışlardı. Gecenin adı "Michael'ların NewYork İstilasası" idi. Vignelli Associates'den Michael Beirut, herkesin toplantıya aynı tür şeyleri göreceklarını zannederek geldiğini fakat işlerin birbirlerinden tamamen farklı olduklarını anlayarak gittiklerini söyledi. Hepimizin adının Michael olmasına ve hepimizin San Francisco'dan gelmesine rağmen herkesin işi kendi ayakları üzerinde duruyordu. Özellikle eğilimlerde etkilenmeler vardı. Bu işlerin birbirine benzemesine neden olmuyordu. Print dergisinin yöresel sayısında Mabry'nin yaptıklarına benzeyen işler gördüm ve bunlar çok değişik yerlerdendi. Bu başımı belaya sokacak ama, düşünceme göre çoğu tasarımcının problemi dergilerde gördüklerinin ardındaki düşünceyi anlamamalarıdır. Print dergisinde bir şey görüyorlar ve onun üzerindeki motifleri alıp el çabukluğu ile kendi tasarımlarına yapıyorlar. Batı kıyısının tasarımı, onların anlayışına Bence Print'in yöresel sayısının gösterdiği en önemli şey iyi işlerin her yerde yapılabileceğidir.

Yöresellik bizi ayırmaya yönelir ama birçok insanın düşündüğünden daha fazla birbirimize bağlıyız.

**Hinrichs** Bu sözü edilen yöreselliğin bir kısmı alanlarında önemli olan özel insanlara dayandırılmaktadır, ki bu insanlar nerede olurlarsa olsunlar yaptıkları yaşayabilir. 60'larda Push Pin'in NewYork'taki etkisini

düşünüyorum. Tesadüfen NewYork'ta olmaları nedeniyle çok büyük sayıda insanı etkilediler. Bütün Michael'lara birlikte tahammül edemedim. Fakat CCAC' (California College of Arts and Crafts) in üzerimdeki etkisini hissedebiliyorum, üstelik kendim de birçok genç tasarımcıyı etkilemek durumunda iken. Görüş açısı, düşünce, problemleri çözme yolu açısından etkilenmeyi uygun buluyorum. Tabii bunlarda bazı stilistik şeyler de var. Bu da belli bir ekolü ve görsel tarzı olabilen bir tasarım merkezi kurarak olabilir. Sanırım bu her yerde böyle. Los Angeles'daki Sanat Merkezi gibi.

**CA** Yılığımıza gönderilen çok sayıda işi izlersek ki bir çoğu epeyi iyi idi, aralarında benzerlik, hatta bazen görünüşte aynılık göze çarpar.

**Hinrichs** Sizin yanınız bunun bir parçası. Anında haberleşmeler dünyasındayız. Bütün bu işler üretiliyor, süratle bir yılda yayınlanıyor ve dünyanın diğer kesimlerinde izleniyor. Sonuç olarak insanları etkilemekten kurtulamazsınız. İşlerin tasarlandığı anı basıldığı ve görüldüğü an arasındaki zaman farkı azaldıkça etkileme de fazlalaşacak.

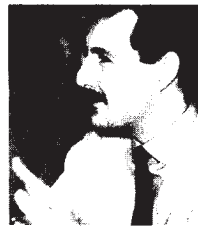
**CA** Bu en yeni, moda olan görüntü anlayışı devam edecek mi, yoksa içerikle ve özüyle daha fazla ilgileneceğimiz zamanlar gelecek mi?

**Vanderbyl** Kanımca iyi işlerde her zaman öz olacaktır. Tasarım için şimdi iyi olan, ya da tasarımcı olmak için iyi bir zamanda olmamızın nedeni birçok müşterinin tasarım, reklamcılık ve pazarlama arasında fark olduğunu en sonunda anlamış olmasıdır. Hepsinin içiçe geçtiği durumlar vardır, ama işe yeni başladığım sıralarda olduğu gibi artık tasarım reklamcılığın hizmetinde değil, müşteriler reklam ajanslarına gittikleri kadar tasarım atölyelerine de gittiler. Öz her zaman en önemli unsurdur. Her zaman iyi problemleri, iyi çözümlerle çözen iyi insanlar bulunacaktır.

**Mabry** Bence tasarımdaki değişiklikler içerik nedeniyle oluyor.

**Vanderbyl** Doğru, buna katılıyorum.

**Mabry** Moda olan şeylerin



izlenmesi sonucu taklitler çoğaldıkça her şey çarpıtılıp yanlış yöne çekiliyor. Her zaman tasarımlarını içeriği gözönüne alarak yapan kişiler, atölyeler vardır. Diğerleri de onların ardından gider. Bu her zaman böyledir demek istemiyorum ama şu anda tasarım alanında olan bu.

Aslında sanat tarihi boyunca hep görülen bir şey bu. Birileri bir şey yapar, başkaları bunları kullanır.

**Vanderbyl** Bence bu hep böyle başlar. Zigzaglar, düz ve eğik çizgiler ilk kullanıldıklarında çok güçlü ve berrak bir fikri ifade etmek amacıyla kullanılmışlardı. Maalesef birtakım başka insanlar duvardaki bir afişte ya da dergide bunları görüp onlar kullanıyor, ben de kullanabilirim diyorlar ve kullanıyorlar. O zaman bu formlar motif, süs oluyor. Mesela yapılan bazı işler işe yaramayan bir mimari alan içinde ve mimari ile alan arasında bağ kurma amacıyla yapılmış çok doğru, uygun ve akıllı çözümlerdi. Fakat sonra bir tasarım stili haline geldi.

**Hinrichs** Bir klişe oldu.

**Vanderbyl** Evet sonradan yapılan taklitler bir klişe ve tümüyle uydurma oluyor.

**Hinrichs** Bütün kilişeler önemli iletişim araçlarıdır. İlk yapıldıklarında etkili olmasalardı tekrar tekrar kullanılmazlardı.

**Vanderbyl** Kanımca San Francisco'nun en olumlu yanı küçük müşteri temeline oturmasıdır. Bütün müşterilerin küçük olduğunu söylemek istemiyorum fakat burada yıllık raporlar konusunda uzmanlaşma çok güç. San Francisco'dan daha büyük şehirlerde görülen uzmanlaşma derecesine sahip değiliz. Burada bütün tasarım firmaları biraz daha etrafa yayılmak ve çeşitli bölgelerle çalışmak zorunda.

**Hinrichs** Sanırım bu başka bir



konuya dokunuyor. Tasarım dünyasının geleceği nerede? Gittikçe daha fazla uzmanlaşıyor.

Sizin belirttiğiniz çeşitli işler yapmanın sebebi olan ekonomik nedenler, aslında gelecek için benim umut kaynağım. Tasarım şirketleri, tasarımı tek tek uzmanlık maddeleri olarak görme yerine, tasarımı bir bütün olarak görüyorlar.

**Vanderbyl** Çalıştığım müşterilerimde ben bunu görüyorum. Grafik tasarım sözcüğünü kullanmam. Gelişmiş müşterilerle çalışırken, onlara mimar tutmaları konusunda bile yardımcı oluruz, ki bundan mimarlar hiç hoşlanmazlar. Sanırım çok eski bir fikre geri dönüyoruz. Paul Rand'ın yaptığı iş buydu. Müşteriler, şirket imajının ne söylediği hakkında çok net görüşü olan kişilere ihtiyaçları olduğunu anlamalıydılar. Sadece amblem değil, fakat kullandıkları araçlar, girişteki resepsiyon memuru, işin yapıldığı bina tasarımının birer parçasıdır.

**CA** Şimdi siz "generalist" olabilirsiniz.

**Vanderbyl** "Generalist" çok spesifik bir şey. Tasarım iki boyutlu olmanın çok ötesindedir.

**Hinrichs** Avrupa tasarımı ►

konusunu sorunuzun içine sokuştururken bir Pentagram ağız kullanmak istemiyorum ama, Avrupalı müşterinin tasarımcıya nasıl daha yüksek bir statü sunduğunu anlatmak istiyorum. Onlar tasarımı buldukları kültürün bir parçası olarak değerlendiriyorlar. Bu Avrupada burada olduğundan daha fazla gerçek. Burada da böyle olmasını dilerdim. Pentagramın "generalist" tavrı ve Londra'daki bir çok ofisi, onların mimarı, endüstriyel tasarımcıyı ve grafik tasarımcıları aynı çatı altında barındırmasından ileri geliyor. Kanımca onlar tasarımın bir bütün olduğunun bilincindedir. Tasarım uzmanlaşmamıştır. Bence biz Amerikada yaptığımız işi çok fazla parçalara bölüyoruz. Maalesef biz dışarıya yayın yapıyoruz ve biz Avrupa'dan etkileneceğimize onlar bizim gittiğimiz yolu izliyor. Bu benim moralimi bozuyor. Bunu değiştirmek isterim. Pentagram'la birleşmemizin bir nedeni de bu.

**Vanderbyl** Ben sadece Amerika'nın dışarıya baktığımız bu bölgeden konuşabilirim. Ama meslektaşlarımla birlikte gerçekte o yöne doğru bir hareketin olduğunu düşünüyorum.

**Hinrichs** Bundan memnun olurum. Umarım öyledir.

**Vanderbyl** Başka tasarım disiplinlerini deşhete düşürmek pahasına da olsa bu böyle. Uzmanlaşmanın getirdiği ihmal nedeniyle. Mimarlık artık mimarlık değil, mimarlık, mühendislik ve iç mimarlık birlikte. Bir şirkete imaj yaratmak amacıyla başlayan bir proje şimdi o tek bir şeyi inşa edebilmek için üç değişik disipline sahip. Temelde, bu mimarları çok sinirlendirecek ama, bir bina aslında aynen bir broşür gibidir. Şirket için belirli bir imaj yaratır. Sadece biraz daha kalıcıdır.

**Hinrichs** Etrafta seni vurmak için bekleyen adamlar olabilir.

**Vanderbyl** Söylemek istediğim, durumlar değişiyor. Onlar uzmanlaşıyor. Sadece Pentagram tasarımcıları gibi bütün disiplinleri gözönüne alan insanlar kaldı.

**Mabry** Müşterilerimin beni o yöne doğru yönettiklerini farkediyorum. O duruma girmek için ben çaba bile harcamıyorum. Onlar bana soruyorlar, "bu nasıl oldu?", "ne yapmamız gerek?". Bir halıya ihtiyaçları oluyor ve soruyorlar. "Neden siz tasarlamıyorsunuz?" diye. Onlara daha önce halı tasarımı yapmadığımızı anlatıyorum. Onlar şöyle diyor, "umurumuzda değil, sizin diğer alanlarda yaptıklarınızı beğeniyoruz ve size güveniyoruz. Lütfen deneyin."

**Hinrichs** Esprit tasarıma en saf anlamda değer veren ve yaptıkları her şeyde ve her yerde tasarım kullanan anlayışa mükemmel bir örnek. Aslında onlar giysi satmıyorlar, tasarım satıyorlar, stil satıyorlar.

**Vanderbyl** İmaj satıyorlar. Grafik satıyorlar. Aslında sattıkları bu. Sadece tesadüfen onlar giydiğimiz birşeyler oluyor.

**Angeli** Şimdi artık bilgi verilmeden ve bizim ne yapacağımız belli olmadan önce tasarımcı, pazarlamacılarla birlikte çağırılıyor. Bir ambalaj tasarımı



tartışılırken, bize bir pazarlama planı sunulduğunda, artık müşterinin bir yerine iki üç hedefi olduğunu farkediyorum. Bunu sorguluyorum, çünkü bu beni ne sattığımızı gözönüne almak zorunda bırakıyor. Ben tasarım satmıyorum, biz bir ürün satıyoruz ve bir anlamda ürünün gelişmesi ve amacın sağlam konması konusunda müşteri ile ortaklık kuruyoruz.

**Mabry** İşe önce müşterinin iş planı ile başlamamız dikkatimi çekiyor. Onların hedeflerinin ve ulaşmayı istedikleri noktanın ne olduğunu tartışıyoruz. Ondan sonra bizim nerede devreye gireceğimizi konuşmaya başlıyoruz. Bu bir danışma değil, daha samimi bir tartışma gibi, fakat onlar bize güvenerek sorumluluk veriyorlar. Şirket hakkında çok fazla şey öğrendiğimi görüyorum. Aynı zamanda da daha çok hissettiğimi. Bilmem bu kendini borçlu hissetmekten mi, daha iyi işler yapma arzusu duyuyorum.

**Angeli** Sorumluluk. Çünkü başarısız olursa o başarısızlıkta sizin de payınız büyük olacak.

**Mabry** Doğru ve bu sorumluluk işi daha zevkli bir hale getiriyor.

**Vanderbyl** Herhalde General Motors hiçbirimizden yardım istememiştir. (Gülüştürmeler). Belki de şimdi ofisimde bana bir not vardır. Benim örneklerimde bu genellikle küçük şirketlerle oluyor ve bu küçük şirketler gittikçe büyüyorlar. Onların daha büyümedikleri bir dönemde işe başlıyoruz ve yardımcı oluyoruz. Bu işin en tatlı yanı, onları sıfırdan çok büyük mali güç haline getirmemiz. Bu kadar açık konuşmaktan nefret ediyorum ama...

**CA** Bu tür bir dayanışma işi aldığımızda, sizin tasarım eğitiminiz böyle bir iş için yeterli hazırlığı veriyor mu?

**Angeli** Evet.

**Mabry** Ben hayır diyorum.

**Vanderbyl** Eller kalksın. Bakalım ne var. Bir evet, üç hayır.

**Angeli** Ben okuldan beceri ve teknik açıdan bir iş bulabilecek yeterliliğe sahip olmadan mezun oldum. Biz bir problemi çözme konusunda eğitilmiştik. Bu, tasarıma "Bauhaus Okulu" yaklaşımıydı. Kavrama ağırlık vermek. Bize bir hedefimiz olması öğretilmişti. Bu da pazarlamanın ne olduğunu anlamada iyi bir altyapı oluşturuyordu.

**Vanderbyl** O zamanlar neye sahip olmamız gerektiğini bilmiyorduk.

**Hinrichs** Doğru. Okuldan mezun

olduğum zaman bir ajansta sanat yönetmeni olmayı bekliyordum. Sonuç olarak tasarım konusunda iyi eğitilmiştik ve bu da benim iş kolaylaştırıcaktı. Fakat öğrenmediğim şey, tasarımın iş dünyasında onların anladığı anlamda ne kadar etkili olabileceğini nasıl anlatabileceğimdi. Bir çok durumda bizim esas rolümüz bu. Müthiş yaratıcı fotoğrafçılarla, illüstratörlerle ve diğer insanlarla çalışırsınız fakat onlar genellikle iş dünyası ile yüzyüze gelmezler. Ben kendimi sürekli, sanat dünyası ile iş dünyası arasında çevirmenlik, arabuluculuk yapar buluyorum. İşte burada, iş dünyası ile uğraşma, alışveriş konusunda eğitimimin yetersiz olduğunu farkettim. Bir tasarım eğitim programına koyulması çok gerekli bir şey bu. İş dünyasını daha iyi anlamak ve böylece daha etkili bir tasarımcı olabilmek için.

**Vanderbyl** Senin söylediğin herşeye katılıyorum. Benim eğitimim bana, önce problemi çözmeyi ondan sonra dış görünüşü hakkında endişelenmeyi öğretti. Fakat konuştuğumuz insanlar aynı eğitimi görmedikleri için onların konuştuğu lisan farklı. İşin hakkında konuşabilmek okulda öğretilmesi gereken bir şey.

Herhalde pazarlama öğretmekten çekinirdim çünkü o zaman işler formülleşiyor. Bir MBA'li ile ilişkilerde karşılaştığımız problemler gibi. Bütün MBA'lilerin aynı olduklarını söylemek istemiyorum ama onlarda bu formülleşmiş problem-çözüm sistemine rastlıyorsunuz. Bu yaratıcılıktan uzak insanlar sadece kariyerleri nedeniyle bütün engelleri aşip birdenbire bir sürü mimar, tasarımcı gibi yaratıcı insanı yönetme durumuna gelirler. Bunlar sadece sezgi ile anlaşılabilen bazı şeyleri, sistematik bir şekilde düzene koymaya meyillidirler. Bir noktada odaklanmış gruplar her zaman iyi bir tasarım ortaya çıkaramazlar.

Öyle hissediyorum ki geçmişte, pazarlama endişeleri tasarımın kıvılcımının ve enerjisinin büyük bir bölümünü götürmüştür. Bu ülkedeki büyük atılımlar ihtiyatlı davranarak ya da kendini garantiye alarak yapılmamıştır. Tasarım okulları için 'pazarlama dersi koyuyoruz' demek çok kolay olurdu. Kanımca başkalarının yaptıkları yanlışları onlar da yaptı. Belki öğrencilerin herhangi bir yolla, işlerin nasıl yürüdüğü konusu ile karşılaşmaları sağlanabilir. Nedenleri ve etkileri. Şunu yaparsanız sonucu budur gibi. Gerçek şu; öğrencilerin tasarımından da öte bilgiler hakkında daha fazla şeyler öğrenmesi gerek. Mimarlık, edebiyat, fen hakkında daha bilgili olmaya gereksinimleri var. Daha iyi eğitilmiş tasarımcılar olmalıydılar.

**Mabry** Onların görmeyi

öğretilmeye ihtiyaçları var.

**Vanderbyl** Evet, görmeye ve öğrenmeye. Benim en iyi öğrencilerimden bazıları denizaltı biyolojisi ya da o türde bir bölümü bitirmiş ve tekrar okula dönüp tasarımcı olmak isteyenlerdir. Daha önceden eğitildikleri için öğrenmeyi bilirler. Ben ayrıca formun fonksiyonu takip ettiği Bauhaus felsefesini de okudum. Maalesef onun anlamı form Modernizmi takip eder idi ama bunu bize anlatmadılar. Fakat ben hâlâ formun fonksiyonu takip ettiğine inanıyorum ve bu formun bir bölümü de müşteri ile konuşabilmek, onların problemlerini anlayabilmek, ondan sonra da o problemi çözmektir. Buna pazarlama diyebilirsiniz, ben bunu "tasarım araştırması" diye adlandırıyorum. Bir problemi tam olarak çözmek istiyorsanız, o problem hakkında herşeyi bilmeniz gerek. Hatta bazı o problemle doğrudan ilgisi olmayan fakat onu etkileyen durumları bile.

**Hinrichs** İnsanlara görmeyi öğretmek. Kanımca bütün mesele bu.

**Angeli** Tasarım araştırmanız sizi kendi işiniz için en iyi pazarlama elemanı yapar. Gerçekten pazarlamacılarla çalışıp çalışmama kararı tasarımcıya aittir. Eğer onların yalnızca estetik konularda danıştıkları bir pozisyonda olursanız, projenin bir parçası olmaktan kendi kendinizi çıkartmışsınız demektir. Bu pazarlamacılar tasarımcılar kadar, bazen onlardan da fazla yaratıcı olabilirler. Bu nedenle çizen, boyayan ya da şekillerle kendini ifade eden bir gruba yaratıcı, problemleri ortaya koyan gruba da yaratıcı değil diye fetva vermekten hoşlanmıyorum.

**Vanderbyl** Her zaman şöyle hissetmişimdir, eğer müşteri için yaptıklarımın yüzde doksanını mantığa vurabilirsem kalan yüzde onunu da bana delilik için vermeliler.

**Angeli** Bu o kadar kötü değil.

**Mabry** Önemli olan nokta şu, güzel bir şey olduğunda MBA'li olman, tasarımcı olman ya da ünvanının ne olduğu önemli değil. Önemli olan güzel şeylerin oluşması. Probleme ulaşabilen ve problemi etkili bir şekilde çözebilen bir grup oluşturuyorsanız o zaman iyi bir ilişkiniz vardır ve o zaman hangi işi kimin yaptığı önemli değildir.

**Angeli** İleri sürülen kelimelerin ve amaçların tercümanı olmak üzere eğitildik; problemi, olabilecek en mükemmel forma dönüştürmek.

**Vanderbyl** Belki de sen burada bir şey icad ettin. (Gülüştürmeler)

**Angeli** Çılgınlık insanları korkutabilir. "Ooo çok çılgın, harika, bunu duvara asabiliriz". Uyumlu olmak probleme daha yakın olmaktır, haberleşme gücü yüksektir. Biz bunun için eğitildik, pazarlamacılar için değil. Bunu anlamalılar ve bizi çok fazla

yönetmemeliler. Bir şeyi nasıl yapmamız gerektiğini açıklayan zihniyet amatördür.

**CA** Eğitim konusunda bir şey eklemek isteyen var mı?

**Angeli** Okullarda daha büyük oyun alanları kurmak gerek sanırım. Öğrenciler çok çabuk profesyonel oluyorlar. Denemek, çalışmak ve bir sürü yanlış yapmak yerine herkesi kopya etmeye başlıyorlar. Kanımca okulların denemelerle, bol deney yapılan ve günde binlerce hataya imkan veren ortamlara ihtiyacı var.

**CA** Bir okuldaki eğitim yapısını tarif etmede zorluk çekiyorsak, bir tasarımcıya belge vermek konusunu nasıl ele alacağız. Mezuniyet belgelerinin bir amaca hizmet ettiğini düşünüyor musunuz?

**Hinrichs** Bundan kuşkuluyum, kısmen bu işteki en iyilerin bazılarının hiç eğitim görmemiş olmasından, kısmen de eğitimin sizde olabilecek hünelerle hiç bir ilgisi olmaması nedeniyle.

**Vanderbyl** Burada ilginç bir değerlendirme yapacak olursak lisanslı mimarların daha iyi bir mimari yapmamış olduklarını görürüz. Belki daha güvenli bir mimaridir ama, bu güvenlik işinin çoğunu da mühendisler halleder. Lisans halka zarar verilebilecek durumlarda geçerli olmalıdır. Şimdiye kadar hiç kimse bir insan öldürecek derecede çirkin bir tasarım yapmadı.

**Mabry** Faturayı aldıkları zaman belki kalp krizi geçirenler olmuştur.

**Vanderbyl** Bu bir ressama lisans vermek gibi bir şey. Sertifika kimseyi daha iyi bir ressam yapmaz. Ben çok konuştum, bu yüzden öldürülebilirim.

**Hinrichs** Birini tasarımı yapabilmek için onu sınamak istesek neler sorulabileceğini bilmiyorum. Eğer buna karar verilebilseydi sanırım o zaman işimizin esaslı olan sezgisel yönü kaybetmiş olurduk.

**CA** Kendimi bildim bileli, bu konu devamlı karşıma çıkar.

**Vanderbyl** Kit şimdi AIGA'nın (Uluslararası Grafik Sanatçılar Birliği) çalışanları arasında. Daha önce ben vardım ve birçok karlı NewYork akşamüstülerini bu konuda tartışarak geçirdim. Bu sadece isimlerinin ardına konan bir takım büyük harfler isteyenlerin işine yarar. Mesleği daha iyi mi yapacak? Avantajlarını göremiyorum.

**Hinrichs** Bence yaptığımız işle saygı kazanırız, ismimizin arkasına büyük harfler koyarak değil. İş dünyasında ve genelde kültür dünyamızda, tasarımın geçerliliğini arttırmak, canlandırmak kendimiz ve kültürümüz için daha yararlı olacaktır.

**CA** Bizim konumuzda, fazla tartışılmamış bir konu da ahlâk konusu. Çalışmak istemeyeceğiniz müşteriler var mı?

**Angeli** Evet, bir kaç tane gerçekten büyük müşteriyi üzülerek geri

çevirdim. Atom bombası da üretmiyordu üstelik.

**Vanderbyl** Onlardan biri şimdi bende.

**Angeli** Reddettiğim işlerden biri sigaralarla ilgiliydi. Bir paket tasarlamak eğlenceli olurdu. Ve ben bu konuda kahraman değilim, üstelik zaman zaman da otladığım olmuştur. Fakat bir karar vermeniz gerek. Bu herkesin kendi durumuna ve ahlâk anlayışına bağlıdır. Kapımı açık tutabilmek ve ailemi geçindirmek için o işe ihtiyacım olsaydı, o zaman belki de sigara paketi tasarımı yapardım. Ve bu nerede durur, çizgiyi nerede çizersiniz. Sakarın? Suni tatlandırıcılar? Bugün sağlığımız için zararlı olduğu söylenen o kadar çok şey satılıyor ki. Ya görsel kirlenmeye ne demeli? Fakat vicdanımız galip gelmeli yoksa kaşınmalar ve mide ağrıları çekersiniz.

**CA** Sağlıklı olmadığına inandığımız ürünlerin dışında, müşteriyi geri çevirmek için başka sebepler var mı?

**Hinrichs** Görüş açısını paylaşmadığınız bir politikacı olabilir.

**CA** Fakat ya paylaşıydınız?

**Hinrichs** Ona inansaydım ve onu desteklememin ona faydası olacağını düşünseydim, o zaman kabul ederdim.

**Vanderbyl** Ben kendim de böyle yapardım ama çalışanlarım eğer istemiyorlarsa onları o iş üzerinde çalışmaya mecbur etmezdim.

Yanımda çalışanları ahlâk anlayışlarından ve inançlarından fedakârlık edecekleri bir duruma sokmak istemem. Yapamayacağım bir şey de nükleer enerji konusudur. Ama bana bu tür işlerden fazla gelmiyor doğrusu. Bu da kendi iş yerine sahip olmanın güzel yanı. Bir insan olarak ahlâk anlayışınız, bir iş adamı olarak ahlâk anlayışınızı belirliyor.

**Mabry** Bizim kendi mesleğimiz içinde dikkat etmemiz gereken başka bir şey daha var. Şirketler bize gelse ve Coca Cola, mesela 7Up ya da IBM gibi büyük, yerleşmiş tanınmış logolarını veya amblemlerini tekrardan tasarlamasını isteseler onlara “yapmayın” demek zorundayız. Tabii ki sizin arkanızdan birisi bu işi alacak ve büyük paralar kazanacaktır. Fakat bu yanlış. Tarihimizi ve klasik ikonalarımızı koruma sorumluluğuna almalıyız. Bu “bu müthiş bir bina, yıkmayın” demekle aynı şeydir. Eğer bunu yapmaya başlamazsak geriye ne kalacak. Bazı iyi tasarımlarımızı korumalıyız.

**Hinrichs** Duyuyormusunuz neler söylüyor.

**Vanderbyl** Kırk değilse tamir etmeyin. Herkesin dış görünüşünü değiştirdiği bir ortamda rekabet nedeniyle ya da ortaklarının etkisiyle bir akıma takılıp, bu amaçla gelen müşteriler vardır.

Belki de böyle bir işi almamız gerekir. Tasarım araştırmasından sonra onlara değişiklik yapmalarını tavsiye edersiniz. Onların bir problemi var ve belki bu problem analiz edilmeli ve yeniden tarif edilmelidir. Onların ihtiyacı olan aslında budur.

**Angeli** Başlangıcından itibaren, bilirsiniz ki bazı işler belirli yollardan geçer. Böyle işleri almayın.

**Mabry** Gene de eğer size gelmişlerse ve o işi istemiyorsanız onlara dürüstçe nedenlerini anlatmanız gerek.

**Vanderbyl** Neden değiştirmemeleri gerektiğini anlatan bedava bir danışmanlık. Belki de o müşterinin işi alacak başka birine gitmesini engelleyebilirsiniz.

**Vanderbyl** Ahlâki olarak, ben bir işi finanse edemeyecek insanlarla çalışmayı tercih ederim. Vakıflar, halk örgütleri, baleler ve bu tür şeyler. Neden sadece zengin kuruluşlar iyi tasarımlara sahip olsunlar.

**Hinrichs** Kanımca bunu bütün sektörde görebilirsiniz. Birçok tasarım firması özellikle belli bir büyüklükteyse zamanlarının bir bölümünü toplum için önemli gördükleri kişisel amaçlara adanlar.

**Angeli** Toplama bir şeyler vermemiz gerekir. Aslında en iyi tasarımlar o zaman ortaya çıkar. En büyük eğlence bu işlerle yaşanır. Ben bunlara “Latin” işleri derim. “pro bono publico.”

**Vanderbyl** Tasarım mesleğinden çok gurur duymamın nedenlerinden biri de bu. Ben buna tasarımın Robin Hood teorisi diyorum. Büyük ve ödeme yapabilen bir müşteri size, para ödemeyen fakat önemli olan bir vakıf ya da başka bir kuruluşla zaman ayırmanıza imkân sağlar.

**Angeli** Müşterilerinizden mi çalışıyorsunuz? Şaka, şaka...

**Vanderbyl** Ben bunu yarı şaka müşterilerime de söylerim çünkü prodüksiyonun bir kısmını onlara ödemeye çalışırım. Yaptığım diğer bir şey de, genç tasarımcıları kâr etmeyen ünlü organizasyonlara servis verme konusunda yüreklendirmemdir. “Kendiniz için yapabileceğiniz en iyi promosyon budur, hem bu sizi olduğu kadar halka da hizmettir” derim.

**CA** Sosyal Hizmet İşleri sergilerde çok ilgi topluyor. Konu açılmışken, sergilerin yararlı bir amaca hizmet ettiğini düşünüyor musunuz?

**Angeli** Tabii. Sergiler ilham verir ve rekabet ruhunu yayar, başkalarının ne yaptığını görmek bana zevk verir. Bu insanı tahrik eder ve harekete geçirir. Kanımca bu tür gösterilerin bu alanda yapılan işlerin kalitesi üzerinde olumlu etkisi vardır.

**Hinrichs** Kendi alanında ne durumda olduğunun bir değerlendirmesi. Ustalarının senin hakkındaki fikirleri. Onları çok fazla taktığımızdan değil ama sanırım eğitim görmüş bir izleyici

tarafından yargılanmak bizim için önemli. Zaman zaman müşterilerimiz şöyle der, Bunun bir tasarım sergisine katılmasını istemiyorum. Benim istediğim... (araya girmeler, herkes konuşuyor ve gülüyor) Hiçbir zaman, hayır hiçbir zaman demek istemem. Biz müşterilerimiz için uygun olanı tasarlamaya çalışırız, bir sergiye katılmak için değil. Ama etkili şeyler yapmak arasında bir çelişki yoktur. Sergilerde gördükleri işler nedeniyle gelen müşterilerin gittikçe çoğaldığını fark ediyoruz. Bu kadar çok insanın grafik sanatlarla ilgili dergileri okuyup, bu kanalla bizim hangi sergilere katıldığımız, hangi müşterilerle çalıştığımız konusunda bilgi sahibi olup, ondan sonra kendi projeleri konusunda görüşmek isteğiyle bize gelmelerine şaşıyoruz. Bu bana göre çok yeni bir olay: tasarım çevresi kadar müşterilerin de bu konuları okumaları. Bu kişilere ulaşabilmek harika birşey.

**CA** Bir öğretici olarak, Michael, sergilerin eğitsel yararları olduğunu düşünüyor musun?

**Vanderbyl** Öğrencilere çok geniş anlamda yararı olabilir. Fakat ne yazık ki problemin ne olduğu hakkında ya da neden ödül aldığı konusunda yeterince derin bir açıklama olmadığından, öğrenciler için iyi bir eğitim aracı değildir. Biz profesyoneller, sergilerin problem çözücü yönünü daha iyi anlarız. Sergiler birer kayıttırlar. Müşteriler konusunda da bir şey söylemem gerek. Benimkiler ödül almaya bayılıyorlar ve onları duvarlarında Harvard'dan aldıkları MBA'lerin yanına asıyorlar.

**CA** Müşterilere vermeden önce onları çerçeveletiyor musunuz?

**Mabry** Valla, o kadar fazla yok. Biz... (Ahlâk, ohlar ve hadi hadi'ler) Yok, aslında kahverengi kağıda sarıp yolluyoruz.

**Angeli** Sanırım, çerçevelemeniz lazım. Lanet olası şeyler gittikçe kıymetleniyor. Onları müşterilere yolluyoruz. Ne kadar “Sergilere katılmak istemiyoruz” deseler de bayılıyorlar.

**Vanderbyl** Tekrar eğitim konusuna dönersek, yıllıkların (Annual) yararlı olduğunu düşünüyorum çünkü grafik tasarımı eğitiminde diğer tasarım alanlarından daha fazla iş dökümantasyonu konusunda eksiklikler var. En büyük eksiklik eleştiri konusunda. Eleştiri yapabilmek profesyonel olmanın bir parçasıdır.

**Hinrichs** Ki biz bunu pek iyi yapamıyoruz.

**Vanderbyl** Tasarım konusunda eleştiri yazan ya da yazmaya niyetli olan bir kaç kişi var. CA'nın yayımladığı en iyi yazılardan biri Larry Klein'in Olimpiyatlar üzerine olan yazısıydı. Bence bu yazı, mimari ya da sinema eleştirisi gibi insanların üzerine giden türde bir yazı değildi. Sadece “Gerçekler bunlar, kendi kararınızı verin” diyen bir yazı idi. Mükemmeldi. ►

**CA AIGA** dergisindeki ya da CA'daki eleştiriler sadece bizleri ilgilendiriyor, her ne kadar Kit müşterilerinin de okuduklarını söylediye de. Tasarım konusunda daha genel, halka açık eleştirilerin olması gerektiğini düşünmüyor musunuz?

**Vanderbyl** Çok seyrek olarak var. TIME dergi yıllığı yapıyor, arada bir de bir konu ortaya atabiliyor. Kanımca orada eleştiriler veya olimpiyatlar makalesinin yayınlanması mesleğiniz için dıştan bir destek. Tasarıma daha fazla itibar sağlayacak şeyler bunlar. Sanat gözönüne alınırsa, bir mahallenin yeni çocuklarıdır. Problem bu konuda çok fazla bilimsel araştırmacının bulunmaması. Öğrencilerin de okuması için çok fazla kitap olmayışı.

**Mabry** Bir kitap. "History of Design", Philip Meggs.

**Vanderbyl** Tasarımın ne olduğu hakkında tam ve tek kitap o. "100 soruda tasarım" türü kitaplar öğrenciler için tehlikeli. Bunlar tasarımı kolaymış gibi gösterirler. "Eğer madde bir, madde iki, madde üç diye gidersen, tasarımcı olurum" derler. Tasarımın ardındaki düşünce yerine teknikle haşır neşir olurlar.

**Mabry** Bu tür yayınların hangi kalemlerin kullanılacağı ile ilgilenmesi beni hep şaşırtır. Önemli mi? Belirli bir kalemi kullanmak beni daha iyi bir tasarımcı mı yapacak?

**Vanderbyl** Onlar fikirler hakkında konuşmazlar, sadece fikir yaratmak için gözden geçirmen gereken yöntemlerden söz ederler. Düşünceme göre öz olmadan teknik öğretmek, tasarımda gerçekten çok yüzeysel bir çalışma tarzını kalıcı kılar. Önce problemi çözüp, ondan sonra sonuca gitmek için gereken tekniği bulmak yerine, bu şu demektir. "İşte bir teknik, şimdi bu teknikle kullanabileceğim problemi bulalım."

**Mabry** Başarısızlıklar hakkında bir tartışma yapılmalı, güzel tasarlanmış ama birtakım nedenlerden dolayı işe yaramamış, etkili olamamış işler üzerine. Bir problemin tanımı ya da çözümünü doğru yapılmamışsa başarısızlıklar olabileceğini öğrencilerin ve profesyonellerin de farkına varması gerek. Kişisel olarak alıp kendini kötü hissettiğin, ama o yoldan ikinci kez gittiğinde daha uyanık olacağın bir şey. Bir zamanlar başarılı ve başarısız görsel siparişler konusunda bir konferans vermem istendi. Ben bazı örnekler istedim, herkes başarılı örneklerini yolladı, o zaman konuşmayı sağlıklı yapabilmek için kendi başarısız işlerimi koymak zorunda kaldım. (Gülüşmeler). İşlerin nerede başarısızlığa uğradığını biliyordum. Müşteriler yanlış olan bazı kararlar vermişlerdi ve biz de yanlış kararlar verdik. Böylece tartışmaya boyut kazandırmış olduk.

**Vanderbyl** Biz hiç başarısız

olmayız, değil mi?

**Hinrichs** Bende çekmeceler dolusu başarısızlıklar var.

**Mabry** Peki Kit. Bana bu süprütülerini yollar mısın?

**Hinrichs** Süprütüleri değil. İşe yaramamış, fakat ödül kazanmış bir işi yollayabilirim.

**CA** Bu çok iyi bir ders kitabı oluştururdu. Akşam yemeği rezervasyonumdan önce ortaya atmak istediğim bir konu da bilgisayarın tasarıma katılması. Ona hoşgeldin diyecek misiniz?

**Angeli** Mecburen. Yeni ortam bu. Tamamen bilgisayarlarla donatılmış stüdyolar olacak. Bugün yapılan bir çok işte bunun müjdesi veriliyor, dışardaki dinleyicilerle bilgisayar teknikleri kullanarak diyalog kuran tasarımcılar aracılığıyla. Ne olacak, sanırım 3-4 yıl içinde hepimiz bilgisayarlarla donanacağız. Bunu dışlayanlarınızın ise üstü başı tebeşir tozu ile kaplanacak. (Gülüşmeler). Broşürleri ve paketlemeleri uygulama yolunuz artık pencereden atılmalı. Şimdi bu bilgisayar merkezimiz var ve burada heyecanlara ve seçeneklere yer yok. Şimdi keşfedeceğimiz yepyeni bir duyarlılık ve yepyeni bir yaratıcılık tarzı var. Her neyse, gerçekçi olup şunu söylememiz lazım. "İşte yepyeni bir şey. Bununla ne yapabiliriz." Çok heyecanlı olacak. **Hinrichs** Ben çok değişik bir görüş açısı ile gelmeyeceğim, çünkü size katılıyorum. Bu işin düşündüğümüz kadar çabuk olup olmayacağını bilemiyorum. Gelen herhangi birşey gelir, bizim ofisimiz için en azından, arka kapıdan da gelse bizi daha üretken yapar. Elle yaptığımız bir sürü şeyi şimdi bilgisayar yapıyoruz, bu bilgisayar işlemlerinin çoğunu şu anda dışarıda yapılmasına rağmen, mesela dizgicilerde...

**Angeli** Fakat aynı zamanda yaratıcı da, Kit. Eski yollarla oyalanmak yerine esası yapmak için sana zaman kazandırıyor.

**Hinrichs** Kanımca, bu tek tek birey olarak bizlere ve yaratış biçimimize bağlı olacaktır. Ekrandaki şekilleri gerçekten hareket ettirebileceğim bir noktaya gelince -burada eski kafalı gibi konuşacağız- ama birşeyleri hareket ettirmenin yolu var, elle yürütmek ki, bu benim için yaratıcılıkta fonksiyonel bir yöntem. Eğer bunu bilgisayara aktarabilirsem ve şimdi yaptığım gibi, parçaları hareket ettirerek aynı işi benim için yapmasını sağlayabilirsem işime yarayabilir. Belki onunla konuşabilirim, çünkü zannederim ileride o da olacak. Bir "Bladerunner" olmak istiyorum. "Sol üst köşeye zoom yap", demek istiyorum. Tasarımcı olmak için teknisyen olmamı gerektirmeyen bir noktaya kadar bana hizmet vermesini isterim. Şimdi ellerimin olduğu kadar düşünce sisteminin de bana ait olmasını isterim. Bunları yapabildiğim zaman, bilgisayarlar harika olacak, ve onları tümüyle

kucaklayacağım. Eminim bu olacak. Şu anda bilgisayarları dizgi işlemleri için kullanıyorum, ama yaratıcı durumlarda henüz değil, çünkü bana göre benim daha iyi ve daha çabuk yapabildiğim şeyleri yapamıyor. O da olacak ama şu anda değil.

**Vanderbyl** Tasarım yapmaya zaten çok zor zaman bulabiliyorum ve yapabildiğim her yerde yapıyorum. Çoğunlukla uçaklarda. Onun için her yere benimle birlikte gelmesi gerek. Bilgisayarı biz ofiste muhasebede iş takibinde, hesap analizlerinde kullanıyoruz, ve işlemleri inanılmaz derecede basitleştiriyor. Çok hoşuma gidiyor, o yüzden grafik için aynı şeyleri yapamayacağına inanmak istemiyorum. **Zooming Copier** bizim ofisimizde devrim yarattı (herkes sözlü olarak onaylıyor) Biz işte bu kadar "Low-Tech"iz. Fakat üç yıl içinde olacağını zannetmiyorum. Son on beş yıldır gittiğim tasarım konferanslarında "masanızda terminal olacak diyorlar." Bu birden fazla masaya terminal koymam gerekecek anlamına gelir ve bu çok büyük para demektir.

**Angeli** Ama gittikçe ucuzluyor.

**Mabry** Doğal olanı bu.

**Vanderbyl** Sanırım Kit'in bahsettiği el yapımı kaliteyi özleyeceğiz. Peçete üzerine skeç yapma ya çizibilme imkanı. Belki üzerinde ufak bir kurbağa deseni olan bir peçete çıkarırlar, **Lexan**, **Apple**, veya başka birşey. Bu bir bilgisayardır, fakat peçeteye benziyordur ve üzerine çizebilirsiniz ve o hassaslaştırılmıştır...

**Hinrichs** Ve printer'de basılmaktadır. (Gülüşmeler)

**Vanderbyl** Ofisimdekiler beni Macintosh'un "Sayfa düzenleyişi"ni almam için zorluyorlar. Ben de "Hakkında bilgi getirin, bakalım" dedim. Onunla üretebileceklerinin karşılığında teknoloji tarafından uyuşturulmak istemem. Bence her teknoloji'de en büyük sakatlık bu, sonuçta görüldüğünden değişik bir şey ortaya çıkması.

**CA** Sizin ofiste bilgisayar var mı, Michael?

**Mabry** Hayır, bir tane bile yok. Macintosh'ları inceleme sürecindeyiz. Ama onlar bu arada sürekli yeni bir sisteme geçtikleri için herkes "Dur.Al.Dur. Daha iyi bir fiyata al" gibi şeyler söylüyor. Ama gerçekten, tasarım bölümü ve muhasebe için bakıyoruz. Başlatmak için sabırsızlanıyoruz. yaratıcı yeteneğe gelince, bu sadece teknoloji ile oyun oynamak.

Xerox makineleri ile yapabildiklerimizle kıyas edilirse çok basit kalıyor. Bilgisayar bilgisi olan genç tasarımcılar yetişiyor, ve onlar için çok basit bir iş olacak. Onlar ona alışkın. Biz değiliz.

**Angeli** İşte tehlike burada. Karşı çıkmaz sizi hızla geride bırakır.

**Vanderbyl** Karşı çıkıp çıkmadığını bilemiyorum. Sadece henüz ikna edilemedim. İşe yaramasını isterim ama şu ana kadar bilgisayarlar da

olduğu söylenen şeyler olmadı.

**Angeli** Kendi başarınızın tuzağına düşebilirsiniz. Çok iyi işleyen bir şeyle bir yere tıklılıp kalmak ve sizi o yere götüren şeyin bu işe başladığımızda, yaptığımız çılgınlıklar, yeni şeyler deneme arzusu olduğunu unutmak çok kolay. Aynı şeyler tekrar başlıyor. **Vanderbyl** İnanmak isterim. Ama bütün çalışanlarının yarım yılda kazandıklarından fazlasını bir tek insanın kullanacağı tek bir bilgisayar'a harcamak haksızlık gibi geliyor.

**Mabry** Ama onu masana koyup birdenbire bütün işlerini yapmasını bekleyemezsin. Onunla uzun bir eğitim dönemi harcaman lazım.

**Angeli** Evet, yeni bir bilim ve zor. **Vanderbyl** Eğitime dönelim, gerçek bir problem de şu. Bilgisayar grafik teknolojisi ile insanları eğitime imkanına sahip olan okullar, maalesef temeli mühendislik olan okullar. Onlar sanat okulları değil, çünkü özel sanat okulları pahalı ve yüksek çözüm aletleri alabilecek fona sahip değiller. CCAC gibi örneğin (California College of Arts and Crafts), basit bilgisayar bilgisi öğretebilir ama sizi daha ileriye götüremez. Bu aleti kullanması gereken ve aleti yüceltecek yaratıcı insanları haklarından mahrum edilirler.

**Hinrichs** Tasarımcılar olarak bilgisayarlarla ilgilenme sorumluluğunu taşımamız gerekir. Çünkü mühendisler tarafından yönetiliyorlar ve onlar da görsel bilgi sahibi değiller. Daha fazla ilgili olmalıyız.

**CA** Haklısınız. Eğer biz ilgilenmezsek, herşey bizsiz olup bitecek ve sonuç hoşunuza gitmeyecek. Teşekkürler, baylar... ●

*Primo Angeli Primo Angeli Inc. firmasını yönetmekte. Grafik Tasarım İhtisasını 1957'de Southern Illinois Üniversitesinde yaptı. 1959'da yüksek ihtisasını (MA) aldı. San Francisco'ya taşındı ve iş bulması için gereken birtakım pratik becerilerden yoksun olduğunu fark ederek prodüksiyon öğrenmek üzere bir baskı atölyesine girdi. Daha sonra bir süre serbest çalıştıktan sonra Dick Cole ile ortak olarak Palo Alto'daki Cole&Angeli firmasını kurdu. 1967'de San Francisco'da kendi şirketini açtı.*

*Kit Hinrichs Bir. Londra NewYork ve San Francisco tasarım firması olan Pentagram Design'in onbir ortağından biri. 1963'de Los Angeles'daki Art Center College of Design'den mezun olduktan sonra NewYork'a taşındı. Orada Tony Russel ile Russel&Hinrichs firmasını, 1973'de ise tasarımcı karısı Linda ile birlikte Hinrichs Design'i kurdu. 1977'de Jonson Pederson Hinrichs'in ortakları olarak San Francisco'ya taşındılar. 1986'da ise Pentagram'la birleştiler.*

*Michael Mabry Illinois'li tasarımcı. Utah Üniversitesini bitirdikten sonra Sidjakov&Berman firmasına girdi. San Francisco'da 6 yıl önce kurduğu Michael Mabry Design şirketinin yöneticiliğini yapıyor.*

*Michael Vanderbyl 1973'de Vanderbyl Design'i kurdu. California College of Arts and Crafts mezunu ve şu anda da okulun dekanı. Mezun olduktan sonra çok seçkin bir San Francisco tasarımcısı olan G.Dean Smith tarafından işe alındı ve orada üç yıl çalıştı. "Eğer bir tasarımcı başarılı olmak istiyorsa aynı zamanda bir iş adamı olmalıdır" fikrini ona aşılardan odur. Eğer müşterinin lisansı ile konuşursanız müşteri ile daha az probleminiz olur diyor. Michael.*

#### YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Yurdaer Altıntaş

Sorumlu Yayın Yönetmeni

Bülent Erkmen

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Basıldığı yer: MATAŞ