

Yazılar:

Düz tasarımın son ne gelecek Skeomorfizmin düz tasarıma evrimi

Marcus Fleckner
bootcamp.uxdesign.cc
Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Sürekli gelişen dijital tasarım alanı ortamında, tasarım felsefeleri teknolojik gelişmelere uyum sağlarken, kullanıcıların değişen beklentileriyle birlikte kullanıcı deneyimi de önemli dönüşümlere tanık oldu. UX tasarım tarihindeki en dikkate değer değişimlerden biriyse, *skeomorfizmden* düz tasarıma geçiştir. Bu evrim yalnızca estetik tercihlerdeki değişiklikleri yansıtmakla kalmıyor, aynı zamanda teknolojiyle etkileşim biçimimizdeki daha derin değişiklikleri de bünyesinde barındırıyor.

Skeomorfizm nedir?

Skeomorfizm 2000'li yılların başında hâkim olan bir tasarım felsefesidir ve fiziksel nesnelerin dijital arayüzlerde gerçekçi bir şekilde temsil edilmesiyle karakterize edilir. Bu tasarım yaklaşımı, dijital arayüzleri kullanıcılar için daha sezgisel hale getirmek amacıyla fiziksel dünyadan tanıdığımız görsel ipuçlarına dayanır. Don Norman,

skeomorfizmi kültürel kısıtlamalar açısından şöyle tanımlıyordu: yalnızca kültür yoluyla öğrenilen bir sistemle karşılıklı etkileşimler. Norman ayrıca, skeomorfizmin kolaylaştırdığı ve kullanıcının görüşüne dayanarak bir nesnenin ne işe yaradığını veya ne yaptığını söyleyebildiği olanakları icat etti ve popülerleştirdi.

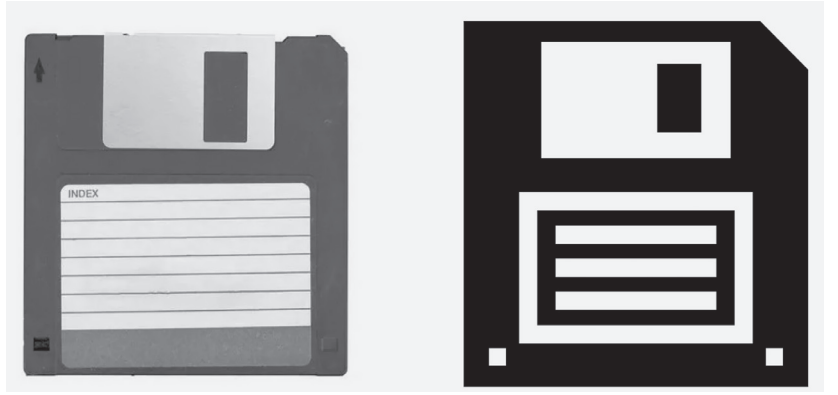
Düğmeler, simgeler ve dokular gibi öğeler gerçek dünyadaki benzerlerini taklit ederek anında bir aşinalık ve rahatlık hissi yaratır.

Skeomorfizmin arkasındaki mantık, kullanıcıların grafik kullanıcı arayüzleriyle (graphical user interfaces – GUI'ler) ilk kez tanıştıkları kişisel bilgisayarların ilk günlerine dayanmaktadır. Tasarımcılar, gerçek dünyadaki nesneleri kopyalayarak kullanıcıların alışılmadık dijital ortamda kolaylıkla gezinmesine yardımcı olmuşlardır.

Apple'ın ilk iOS sürümleri, skeomorfik tasarımın mükemmel örnekleridir. Notes uygulaması, çizgili sayfalar ve deri ciltli bir kapakla tamamlanan sarı bir not defterine benziyordu; Takvim uygulaması ise geleneksel bir masa takvimini taklit ediyordu.

Skeomorfizmin artıları ve eksileri

Skeomorfizmin birincil çekiciliği sezgiselliğinde yatmaktadır. Gerçek dünyadaki metaforlardan yararlanan skeomorfik tasarımlar, yumuşak bir öğrenme eğrisi sunarak dijital arayüzleri bu konuda deneyimli olmayanlar için bile erişilebilir hale getirir. Bu aşinalık, yeni teknolojilerin yaygın şekilde benimsenmesi için hayati önem taşıyan güven ve güvenilirlik duygusunu teşvik eder. Örneğin, fiziksel bir not defteri gibi görünen ve hissettiren bir dijital



Solda gerçek disket. Sağda bir disketin grafiksel temsili.



Volkswagen logosunun evrimi. Soldan sağa; 1990'ların başı, 2000–2019 ve 2019 sonrası.

not defteri, kullanıcıların onun işlevini anlamasını ve etkili bir şekilde kullanmasını kolaylaştırır. Dosyaları silmek için çöp kutusu veya kaydetmek için disket gibi gerçek dünya nesnelerine benzeyen simgeler, amaçları hakkında anında görsel ipuçları sağlar. Bu tasarım yaklaşımı, kullanıcıların üzerindeki bilişsel yükü azaltarak, fiziksel nesnelere ilişkin mevcut bilgilerini dijital etkileşimlere sorunsuz bir şekilde aktarmalarına olanak tanır.

Ancak skeomorfizmin dezavantajları da yok değil. Bir kere, teknoloji ilerledikçe ve kullanıcılar dijital açıdan daha bilgili hale geldikçe, aşırı ayrıntılı ve gerçekçi tasarımlara olan ihtiyaç azaldı. İkincisi, skeomorfik öğeler görsel olarak çekici olsa da çoğu zaman yoğun kaynak kullanan karmaşık arayüzleri, karmaşık doku ve ayrıntılı grafikler de daha fazla işlem gücünü gerektiriyordu ve bu da sonuçta daha az güçlü olan cihazlarda performansı engelleyebiliyordu. Üstelik arayüzler karmaşıklaştıkça skeomorfizmin sınırlamaları da ortaya çıktı. Tasarımcılar daha soyut veya etkili temsiller keşfetmek yerine fiziksel nesneleri taklit etmeye mecbur hissettiklerinden, gerçek dünya metaforlarına güvenmek bazen

yaratıcılığı ve yeniliği kısıtlıyordu. Ayrıca, skeuomorfik unsurların aşırı kullanımı, estetik detayların arayüzün işlevsel yönlerini gölgede bıraktığı ve kullanıcıların görevlerine odaklanmalarını zorlaştıran, görsel olarak bunaltıcı bir deneyime yol açabiliyordu. Böylece, skeomorfizm dijital tasarımın ilk günlerinde çok önemli bir rol oynasa da, sınırlamalar daha akıcı ve verimli tasarım felsefelerinin yükselişinin yolunu açtı.

Düz tasarımın yükselişi

Düz tasarım, skeomorfizmin sınırlamalarına yanıt olarak minimalist bir alternatif olarak ortaya çıktı ve daha sonraki yıllarda birincil ve ağırlıklı olarak bir tasarım felsefesi halinde yeniden kendini gösterdi.

Düz tasarım, gereksiz dekoratif unsurları ortadan kaldırarak net çizgiler, düz renkler ve basit tipografiyi tercih ediyor. Bu tasarım felsefesi, estetik çekiciliğin tasarımın kullanılabilirliği ve verimliliğinden kaynaklandığı modernist «form işlevi takip eder» ilkesiyle uyumludur. Düz tasarımın skeomorfizme karşı kullanımının görsel bir örneği, Volkswagen'in zaman içinde değişen logosudur. Logo, 2000 yılına kadar yalnızca basit ve net bir tasarım





Apple'ın Notes uygulaması iki farklı döneme aittir. Soldaki, Apple'ın ilk tanıdığı uygulama tasarımındaki orijinal skeomorfizmi temsil ediyor. Ortadaki, Apple tasarımının düz tasarım çağına girişini gösteriyor. Sağdaki, Apple iOS'taki modern Notlar uygulamasıdır.

halindeyken, 2000'li yılların başından 2019'a kadar skeomorfik

bir stil olarak kullanıldı. 2019'dan sonra da yeniden yalın bir grafik

bir görüntü aldı, yani düz tasarım haline döndü.

Microsoft, Metro tasarım dilini Windows Phone 7'de ve daha sonra Windows 8'de kullanarak düz

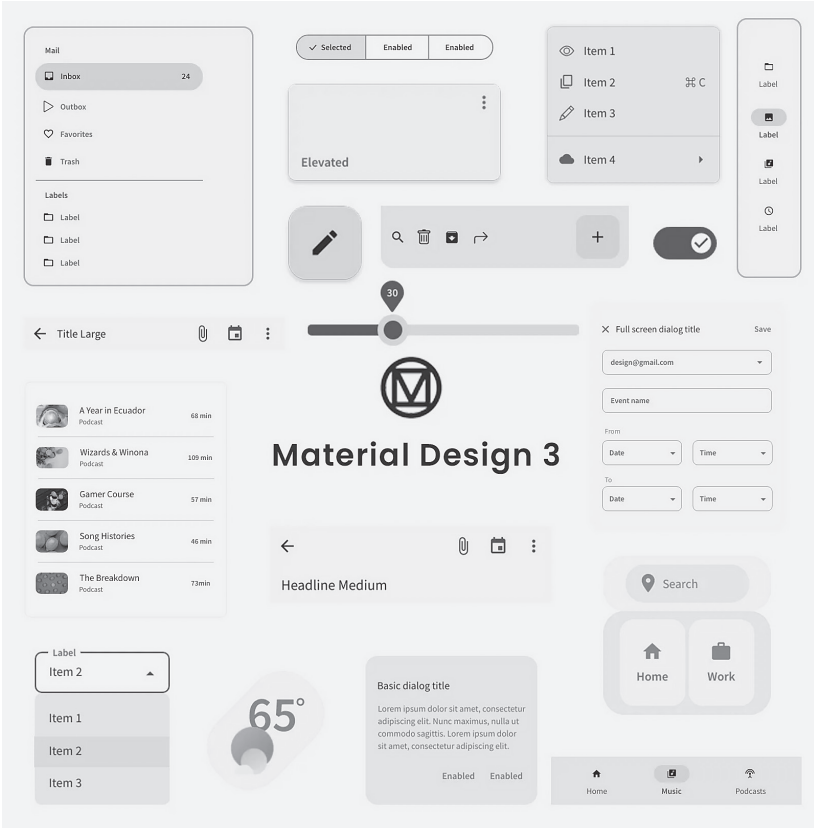
tasarımı benimsemeye öncülük etti. Metro'nun tasarım dilinde, kullanıcıları yönlendirmek için kalın yazıtipi tipografi ve basit simgeler ve krom yüzeyler ve gölgelendirmeler kullanıldı.

Minimalizme doğru olan bu geçiş, Apple'ın iOS 7'si ile daha da popüler hale getirildi; bu, skeomorfik öncüllerinden önemli bir farklılığa işaret ediyordu. Yeni tasarım dili daha düz simgelere, daha parlak bir renk paletine ve genel olarak daha akıcı bir kullanıcı deneyimine sahipti. Bu da skeomorfik tasarım diline veda etmek anlamına geliyordu.

Düz tasarımın faydaları

Düz tasarım, yaygın olarak benimsenmesine katkıda bulunan çeşitli avantajlar sunmaktadır. İlk olarak düz tasarım sadedir, görsel dağınıklığı azaltır ve temel öğelere odaklanır, böylece kullanılabilirliği artırır. Kullanıcılar arayüzlerde daha kolay gezinebilir, bu da kullanıcı memnuniyetinin ve katılımının artmasını sağlar.

Google Malzeme Tasarımı 3.



iOS 7 ve iOS 6'nın yan yana karşılaştırması.



MacOS Catalina (solda) ve MacOS Big Sur (sağda).



İkinci olarak, düz tasarım çok yönlüdür ve çeşitli cihazlara ve ekran boyutlarına uyarlanabilir. Duyarlı tasarımın yükselişiyle birlikte akıllı telefonlar, tabletler ve masaüstü bilgisayarlarda tutarlı deneyimler yaratma yeteneği çok daha önemli hale geldi. Düz tasarım sadeliğiyle, cihazdan bağımsız olarak arayüzlerin net ve işlevselliğini artırır.

Ayrıca düz tasarımın kaynak verimliliği göz ardı edilemez. Karmaşık dokulara ve ayrıntılı grafiklere ihtiyaç duymadığı için düz tasarım daha az işlem gücü gerektirir ve daha hızlı yüklenir. Bunlar da, özellikle mobil cihazlarda daha sorunsuz bir kullanıcı deneyimine katkıda bulunur.

Düz tasarımın ötesi

Düz tasarım web ve uygulama tasarımında norm haline gelirken, UX ve UI tasarımının evrimi sona ermekten henüz çok uzak. Skeomorfizmin ve düz tasarımın en iyi unsurlarını birleştiren ve «neomorfizm» gibi trendlere yol açan yeni yollar keşfediliyor.

Neomorfizm

Neomorfizm veya «yeni» (neo) skeomorfizm, skeomorfizmin gerçekçiliğini düz tasarımın sadeliğiyle harmanlayan bir yöntem ve kelime Jason Kelley tarafından icat edilmiştir.

Neomorfizm, kullanıcıyı bunaltmadan derinlik hissini koruyan yumuşak, ama preslenmiş gibi bir etki oluşturmak için ince gölgeler ve degradeler kullanır. Bu yaklaşım, düz tasarımın sade minimalizmine bir dokunsallık ve sıcaklık katmayı amaçlar. Neomorfizm temel olarak ışığın üç boyutlu uzayda hareket etme biçimidir.

Apple uyarlaması

Bazıları Apple'ın neomorfizme doğru yönelmediğini ama tam olmasa da ondan ilham aldıklarını savunuyor. Apple'ın kullanıcı

arayüzleri ve uygulamalardaki simgelerin bazılarına daha fazla doku ve 3B hissi vererek geri adım attığı söylenebilir.

Catalina'dan Big Sur'a Apple MacOS güncellemesinde, kullanıcı arayüzü ve simgeler büyük bir revizyon gördü ve bazıları bunun, neomorfizmin görünümü ve hissi ile daha uyumlu olduğunu iddia edebilir.

Google'dan malzeme tasarımı

Google tarafından sunulan malzeme tasarımı, fizik ilkelerini ve malzeme özelliklerini birleştirerek düz tasarımı daha da ileri götürüyor. Daha dinamik ve sezgisel bir kullanıcı deneyimi oluşturmak için katmanlar, gölgeler ve uyumlu animasyonlar kullanıyor. Malzeme tasarımı, tüm cihaz ve platformlarda sorunsuz bir şekilde çalışan uyumlu bir görsel dil sağlamayı amaçlıyor.

Çok kişi malzeme tasarımının tamamen *düz* bir tasarım olduğunu düşünmüyor. Oysa bunu daha ziyade düz tasarımın evrimi olarak görmek mümkün ve bu, düz tasarımdan uzaklaşırken gelmeyi bekleyen bir sonraki şey olabilir.

Nereye gidiyoruz?

Tüm trendleri ve günümüzün tasarım dilinin nasıl geliştiğine bakınca, düz tasarım çağını artık az çok geride bırakmış gibiyiz. Kişisel görüşüme göre düz tasarım konusunda karışık hislerim var. Tasarımı daha basit hale getirmesi ve dolayısıyla kullanıcının anlaması ve içinde gezinmesi daha kolay hale getirmesi hoşuma gidiyor. Ancak daha azı daha fazladır deyince, tüm görsel çekicilik daha da sönükleşebilir. Ancak bu düz sonrası tasarım çağında gittiğimiz yönü seviyorum. Gerçek şu ki tasarım, karmaşıklık yaratmadan ve kullanıcıyı fazla bunaltmadan, yeniden daha fazla ayrıntıya ve daha fazla derinliğe sahip olmaya başlayabilir. ●

Tasarımcılar neden sadece tasarımcı olmamalıdır?

Simone Williams

microsoft.design

Çeviri: Ayşe Dağıstanlı

Microsoft Clipchamp'tan bir İçerik Tasarımcısı kendi hikâyesini anlatıyor.

«Beş yıl içinde muhtemelen henüz icat edilmemiş bir işte çalışıyor olacaksınız.» Bu alıntı ben, Avustralya'nın Melbourne kentinde gazetecilik okurken koridorlarda yankılanırdı. O zamanlar bunun daha ziyade ekonomi ve teknoloji gibi her hafta yeni icatların ortaya çıktığı «en ilerici» disiplinlere uygulandığını düşünürdüm. Bence bir yazar olarak kariyerim çoğunluğun seçtiği yolları izleyecekti: ücretsiz bir stajyerlik olanağı, ulusal bir yayın kuruluşunda çalışmak ve bir gün ismimi basılı olarak görmek.

Yine de bir şey kafama takılıyordu. Acaba, ufukta gazetecilik ve yazarlığı keşfedilmemiş sınırlarıyla birleştiren henüz aklımıza gelmeyen yeni işler olabilir miydi?

Hikâye anlatmanın daha yeni başka yolları var mıydı? Bunları nasıl ve nerede bulabilirdim?

Kısaca olanlara bakarsak: Tate Modern'in ortasındaki bir duvarı siyaha boyamak. Buna hızlıca eklenenler: Al Jazeera'da sosyal videolar oluşturmak için klipleri bir araya yapıştırmak. Veya bunların yerine: Cosmopolitan UK'de stilist asistanı olarak Dalston sokaklarında bavullar taşımak. Sonunda da en güncel görüntülere gelelim: Microsoft'un video düzenleme yazılımı Clipchamp'ta

içerik tasarımcısı olarak çalışmak. (Microsoft Clipchamp, deneyimi olmayanların bile kolayca video oluşturmaları için tasarlanmış ve insanlara hikâyelerini yeni ve heyecan verici bir şekilde anlatma gücü vermek üzere tasarlanmış bir video programı.)

İyi de içerik tasarımı nedir? İçerik tasarımcıları ne yaparlar: dil bilgisi, söz dizimi, strateji, araştırma, veri ve iç görülerin kombinasyonlarını kullanarak, bir ürünün önerdiği değeri vurgulayan ve güçlendiren metinleri ve mesajları formüle ederler.

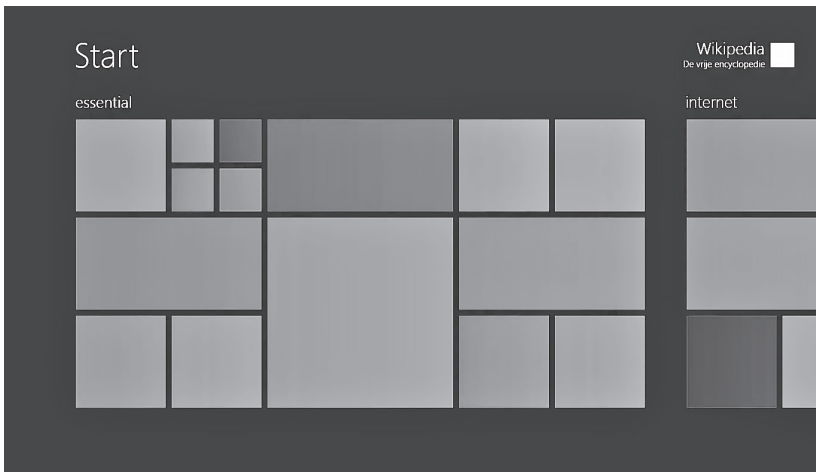
Bizler, ister bir kitabın bir bölümünde, ister bir podyumda, ister bir galerinin duvarında olsun, bir yolculuk boyunca insanların deneyimlerini şekillendiriyor ve yönlendiriyoruz. Bugün tasarladığım yolculuklar, ilk seferde kullanımı kolay bir video düzenleme programı olan Microsoft Clipchamp'ın tanıtımına yardımcı akışları içeriyor. İçerik tasarımları video düzenleyicimiz aracılığıyla faydalı düzenleme araçlarımızı tanıtip açıklayarak kullanıcılara rehberlik eder. Araç ne olursa olsun, tasarım duyguyla ilgilidir: duygunun aracı farklı olsa da tasarım, biri kişiyi iç diyaloguyla etkileşime geçirme yöntemidir.

İçerik tasarımcısı olmak çoğu zaman tipik bir – eğitim sonrası – kariyer gidişatını takip etmez. Aslında tasarımın güçlü yönlerinden biri de: alan dışındaki deneyimlere kucak açmasıdır.

Clipchamp'taki daha geniş tasarım ekibinin tümü farklı geçmişlerden geliyor. Kıdemli Ürün Tasarımcımız Liana, otomatik oluşturma, metin okuma ve otomatik altyazı gibi sihirli araçlarımızda çalışıyor. Daha önceleri, STK'lardan etkinlik yönetimine ve bir radyo istasyonunda çalışırken halkla düzenli etkileşime kadar birçok farklı görüş deneyimi ve istihdam alanından geçmişti.

Kullanıcılarımızın sevdiği şablonları ve içerikleri tasarlayan son derece yetenekli hareket

Metin, resim ve diğer geometrik olmayan materyallerin bulunmadığı Microsoft Windows 8.1'in başlangıç ekranı.





tasarımcımız güzel sanatlar mezunu Tamara, aynı zamanda bir kuyumcudur. «Kuyumculuk bana insanın zanaatının gerçekten ustası olmasının önemini öğretti. Çok çeşitli sorunlara zarif çözümler üretebilmek için kaslarınızı eğitmek ve deneyiminizi genişletmek için çok çok saatler harcamanız gerekiyor, bunu yapmazsanız, fikirlerinizin ne olduğu kimsenin umurunda olmaz.»

Bütünsel düşünceyle tasarıma değer veren ve bunu vurgulayan bir ekibin parçası olmak, çeşitli kültürel bağlamları kapsamamıza yardımcı olur. Kör noktaları ve boşlukları belirleyerek çoğu zaman birbirimizi koruyabiliriz ve bir projeye yeni bakış açıları getiren çeşitli problem çözmeye yöntemlerini uygulamaktan gurur duyarız.

Aslında Clipchamp'tan önce içerik tasarımcısı olarak çalışmamıştım. Ancak tüm iş deneyimlerimin ortak bir yanı vardı: Hepsi ben üniversitedeyken henüz icat edilmemiş işlerdi.

Mezun olduktan sonra Kuala Lumpur, Al Jazeera gazetesinde staj yaptım. O zamanlar video hikâye anlatımı, sosyal hikâyeleştirmenin baskın yöntemlerinden biri olarak ortaya çıkıyordu; sosyal medya akışları, bilgileri kolayca tüketilebilen, yutması küçük parçalar halinde sunmanın yeni bir yolunu benimsemeye başlıyordu. Vay canına diye düşündüğümü hatırlıyorum. Bir hikâye

anlatmanın ne kadar ilginç bir yoluydu.

Dünyanın dört bir yanındaki büyük haber kuruluşlarının çoğu gibi Al Jazeera'nın da büyük hikâyeleri Facebook'ta paylaşılabilecek altyazılı, mini paketlere ayırması için insanlara ihtiyacı vardı (hâlâ Tik Tok öncesindeyiz, bu yüzden sabırlı olun!) İşim, Al Jazeera'nın 101 East TV kanalının ödüllü ekibi tarafından üretilen tüm bölümleri kesip, küçük boyutlu videoların hazırlanmasına ve kaydedilmesine yardımcı olma. Bu videoların, tüm bölümleri birer dakikadan kısa bir sürelerde özetlemesi gerekiyordu. Bu çalışma bana hem anlatı küratörlüğünde, hem de bir videoyu kelimenin tam anlamıyla oluşturmada inanılmaz bir deneyim sağladı.

Kuala Lumpur'daki güncel video içeriğini öne çıkarmak için hızlı ileri geri dönüşler yaparak, en son da hikâye anlatımı formatlarını deneyimledikten sonra Londra'ya taşındım ve hepsinin tam tersini yaşadım. Bir süre Tate Modern sanat galerisinde performans sanatçısı olarak çalıştım ve Nedko Solokov'un *A Life* (Bir Yaşam – Siyah-Beyaz) adlı ilgi çekici eserini hayata geçirdim.

Günde 8 saat boyunca ben bir duvarı siyaha boyuyordum, arkadaşım da duvarın başka bir bölümünü beyaza boyuyordu. Her gün birbirimizi takip edip, birbirimizin çalışmalarını

boyuyorduk, bir yandan da soruları yanıtlıyor ve izleyen halkla etkileşime giriyorduk. Böylece insanların çalışmamızı yorumlamasına ve kendi yansımalarını yapmalarına olanak tanıyordu ve sonuçta benim açımdan bir hikâyenin nasıl anlatılacağına dair bir başka harika ders oldu. Duvarı boyamak benim için ne anlama geliyorsa, başkası için tamamen farklı bir anlam ifade edebiliyordu ve benim ortaya çıkan parça parça yorumların binlercesine yer ayırmam gerekiyordu.

Bir sonraki işim bana en büyük tutkularımdan birinin, moda dünyasının kapılarını açtı. Cosmopolitan UK'de stilist asistanı ve yazar olarak çalıştım, kıyafetlerin hazırlanmasına yardımcı oldum ve genellikle Leicester Meydanı'nda koşarak teslimatları kabul ettim ve büyük valizler taşıdım. Moda endüstrisi bana tasarım hakkında çok şey öğretti; bir görünümü eleştirel bir şekilde incelemeyi ve bileşenlerin birlikte bütünsel olarak çalışmalarının ne kadar değerli olduğunu anladım. *Double denim*, ya da denim-üstü-denim işe yarayabilir ancak üstüne bir altın kelepçe bilezik eklemek epey abartı olur. Manken balıkçı yaka kazak giyiyorsa, boynunun uzunluğuna dikkat çekmek için saçlar toplanmalıdır. Coco Chanel bir keresinde evden çıkmadan önce bir şeyleri çıkarmanız gerektiğini söylemişti ve bu duygu içerik tasarımında da her zaman kendini gösterir; bu cümleden kaç harf veya kelimeyi çıkarabilirim ki mesajı iletin ve istediğimiz hikâyeyi mümkün olan en kısa şekilde anlatsın?

Clipchamp'ta bir içerik tasarımcısı olmam büyük ölçüde bu geçmiş deneyimlere dayanıyor, ancak yine de bunların hiçbirine *içerik tasarımı* denemez. Moda tasarımı, performans sanatı ve gazetecilik, beni kültürel düşünceleri bir araya getirebilen bir içerik tasarımcısına dönüştürdü. Ve beni, Clipchamp'ın mesajlaşma stratejilerine ve uygulamalarına dahil olan ve mesajlarımızın ve içeriğimizin dünya çapındaki kullanıcılar tarafından nasıl alınacağını araştıran biri yaptı. Clipchamp benim videoya olan tutkumdan yararlanıyor; bana insanların hikâyelerini kendi yöntemleriyle anlatmalarını sağlamanın en iyi yolunun, onlara stratejik ve özenli mesajlara dayalı, tutarlı ve uyumlu bir ürün sunmak olduğunu gösterdi.

Yapay zekâ çağına girerken işlerin, özellikle de makine öğrenim teknolojilerimizi eğitime ve yönlendirmeye ilgili olanların, kendilerini yeniden keşfetmeye ve

geliştirmeye devam edeceğinden emin olabiliriz. Zamanın bu noktasında, yapay zekâyı öğretmeye ve eğitmeye yardımcı olacak mükemmel kişiler, referans çerçeveleri daha geniş olan ve mühendisliğin yeni sınırlarına yeni bakış açılarıyla katkıda bulunabilen kişiler olacaktır. Bu ortaklaşa çalışmanın aynı zamanda tipik ayrıcalık ve erişim çerçevelerinin ötesinde kalan insanları da içermesi gerekiyor. Yaşanmış deneyimleri yansıtmak ve dünyanın teknolojik temsiliyetinin insanların kendilerini bu temsilin içinde görmelerini sağlayan bir ürün içermesini sağlamak üzere, yapay zekânın gelişimindeki bu önemli zamanda farklı ırklardan, kültürlerden, yeteneklerden ve farklı cinsiyet ifadelerinden insanları dahil etmeli ve güçlendirmeliyiz.

Dönüp buraya kadar katettiğim yola baktığımda, icatların ve yeniliklerin etrafımızı sardığı bir dönemde yaşadığım ve çalıştığım için kendimi şanslı hissediyorum. Farklı alanlardaki çeşitli deneyimlerimin güçlü yönler olarak değerlendirilmesi nedeniyle de memnunum. Deneyim çeşitliliğine sahip olmak, müşterilerimizi temsil etme becerilerimizi güçlendiren bağlamlar hakkında bilgi sahibi olmayı getiriyor, bu da tasarım düşüncesinde çok ihtiyaç duyulan özel dokuyu kazandırıyor.

Geriye dönüp gençken sürekli duyduğum o nakaratın sözlerini yeniden ifade edebilseydim sanırım şöyle derdim: «Gelecek beş yılı beklemeyin, çalışmak istediğiniz işi kendiniz bugünden icat etmeye başlayın.» ●

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Ferhat Meşhur

Tasarım

Bülent Erkmen

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

