

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Başarıya uçmak

Herbert Lechner

Novum, Temmuz 2018

Çeviri: Ayşe Dağistanlı

Sahne de bir havayolu şirketi: Ulusal bir sembol olan Lufthansa gibi küresel bir taşıyıcı firmanın kurum kimliğini yeniden tasarladığımızda, hem güçlü hem de duygusal bir tepki bekleyebilirsiniz.

Lufthansa'nın tasarımı her zaman çağının bir ifadesi olmuştur. 1950'lerde, sarı zemindeki stilize leylek büyük değişim zamanının işareti gibiydi. Ve Otl Aicher'in sert bir şekilde küçülttüğü yeni tasarımı, diğer şirketlerin de 1980'lerde benimsediği karakteristik tasarım özelliğine sahipti. Esasen, yıllar içinde çok fazla bir değişime uğramadığına göre orijinal tasarım değerini kanıtlamış bulunmaktadır.

Ancak, günümüz değişim zamanıdır, özellikle küresel havayolu sektöründe ve medyanın kullanımında büyük değişiklikler yaşanmaktadır.

Lufthansa'nın 100. yıldönümü, havayolunun 100 yıl önce grafik sanatçısı, mimar ve pilot Otto Firle tarafından tasarlanan marka figürü leyleğin resmi olarak yeniden tasarlanması için tam bir fırsattı. Açıkçası, Lufthansa gibi karmaşık ve küresel bir firmada böyle bir adım atmak her zaman uzun bir süreçtir. Tek bir Lufthansa uçağında, havayolu logosunun yer aldığı, koltuk başlığından şeker poşetine, güvenlik kitapçığından uçaktan inerken sunulan çikolataya kadar 900 farklı nokta vardır. Bunun dışında, tasarımın yenilenmesi, yolcular ve halkın hiç farkında olmadığı daha pek çok alanı etkilemektedir. "Güçlü yanlarını güçlendir" sloganının yol gösterici ilkesi altında zaman, kapsamlı bir gözden geçirme zamanıydı. Bu anlamda süreç hâlâ devam etmekte.

Projeyle görevlendirilen marka ajansı Martin et Karczinski'nin direktörü Johannes Kemnitzer, "Şu anda bu müşteriyle çok yakın bir şekilde beş yıldır çalışıyoruz."

diyor. "Süreç, bitmesine daha çok zaman olan uzun bir yol. Üç temel alanda değişiklikler yapıldı: logo modifikasyonu, renkler ve kurumun yazıtipi.

Leylek tabii ki yine var, ama zamana ve (medya) gerekliliklerine uyacak şekilde güncellendi, ancak zarafetinden pratik olarak hiçbir şey kaybetmeden kaldı: kanatlarda tüylerin arası biraz açıldı, baş biraz daha yükseldi, ama her şeyden önce leyleği çevreleyen beyaz dairenin çizgi kalınlığı inceltildi. En belirgin değişim ise uçakların kuyruğundaki arka plan renginde yapıldı: artık sarı daire yok." Bu, Alman gazetesi Süddeutsche Zeitung'un şöyle bir manşet atmasına sebep oldu: "Leylek

rengini kaybetti". Ancak bu farklı açılardan doğru değildi. Çünkü leylek zaman içinde zaten çok farklı arka plan renklerinde görülmüştü. Ve burada problem şuydu: mavi ya da sarı rengin hangisinin havayolunun baskın rengi olduğu hiçbir zaman çok net olmamıştı. Yeniden tasarlamada açıkça hedeflenen şey, havayolunun provizyonunu uluslararası rekabetin içinde netleştirmektir ve renk seçimi bunun önemli bir parçasıydı.



Lufthansa'nın leyleği 100 yaşında



Üniforma uzmanı David Hedley Noble, bu amaç doğrultusunda özel bir Lufthansa koyu mavisi yarattı. Bu renk, markanın seçkin karakterini vurgulayacaktı ve sonuç olarak tüm uçakların kuyrukları tekdüze bu mavi renk tonunda olacaktı. Ancak Lufthansa Pazarlama Direktörü Alexander Schlaubitz'in vurguladığı gibi, çok



Martin et Karczinski Münih (Almanya)

Münih marka ajansı, kurum kimliğini tüm şirket için bir yönetim aracı olarak görmekte ve entegre bir yaklaşımdan ve ileriyeye dönük stratejilerden yanadır.

www.martinetkarczinski.de

duygusal bir renk olan sarı renk de tamamen ortadan kalkmayacaktı. Hedeflenen vurguya uygun kullanıldığında değeri artacaktı. Kabin ekibinin boyun bağında, biniş kartında ve dahası, her şeyden önce, müşteriye bir mesaj göndermek üzere, web sitesindeki düğmede sarı kullanılacaktı. Bu aşamadaki son öge, Hannes von Döhren tarafından tasarlanan kurumsal yazıtipi ailesidir. Bu, daha önce kullanılan Helvetica'nın yerini almıştır. Büyük avantajı, tüm uygulamalarda ve tüm ortamlarda kullanılabilmesidir, ayrıca son zamanlarda Helvetica'dan başka yazıtiplerine geçmek giderek daha zorunlu duruma gelmiştir. Her ne kadar detaylardaki son derece önemli değişiklikler, kısa süre içinde Lufthansa yolcusu tarafından artık fark edilmez olacaksa da, uçagın kuyruğunun yeni görünüşü göze çarpmaya devam edecektir. Tahmini olarak, tüm filonun yeniden tasarlanmasını tamamlamak yedi yıl kadar daha alacaktır. Bu yüzden daha uzun süre, "öncesi/sonrası" oyununu oynama şansımız olacak. ●

Temelden başlayarak bir dergi tasarlamak

Elliot Jay Stocks
www.commarts.com
Çeviri: Aslı Mertan

Adobe'de dijital tipografi üzerine çalışıyorsunuz. Basılı malzeme tasarımına girmenize ön ayak olan neydi?

İronik bir şekilde, Typekit'teki işi almamı sağlayanın *8 Faces* olduğu ortaya çıktı. Bunu komik buluyorum: Yıllardır web üzerine çalışan bir web tasarımcısı basılı bir yan proje yayınlıyor ve bu daha sonra web tabanlı bir serviste işe alınmasını sağlıyor! Fakat yine de anlamlı: Bana yazıyla çalışmayı, uzun metinleri dizmeyi ve yazıyı daha önce duymadığım bir saygıyla ele almayı öğreten *8 Faces* olmuştu.

Bugün web tipografisinde gördüğünüz en önemli gelişmelerden bazıları neler?

Web tasarımcıları düzgün dizgiyi daha fazla takdir eder oldular. Bence bunun sebebi artık web için üretilmiş yazıtipleriyle yapılabilecek çok fazla şey olması. Henüz baskı benzeri bir kontrol seviyesine ulaşmadık ama çok da uzak değiliz. Uç noktadaki ilerleme büyük ölçüde yavaşladı ve teknoloji çok daha stabil bir duruma geldi. Tarayıcılar ve platformlar arasında tuhaf tutarsızlıklar hâlâ var ama genel olarak web için üretilmiş harika yazıtipleri dizmek için nispeten stabil bir ortama sahibiz.

Tepkisel web tasarımı tipografinin prensiplerini nasıl zorladı?

Eli yüzü düzgün her web sitesinin tam kalbinde tipografi yatar. Tepkisel web tasarımı ortaya çıktığı zaman birçok insanın sitelerini eğip büktüklerini gördük, bunun satır uzunluğunu nasıl etkilediğini tamamen unutmışlardı. Birdenbire bütün bu gülünç derecede uzun, okunması imkânsız satırlar ortaya çıktı. Şimdi tasarımcılar bunu dizginlemeye başladılar. Benim web tasarımına – özellikle uzun form okumalar söz konusu olduğunda – yaklaşımım neredeyse tamamen ölçüye [bir metin satırının uzunluğu] odaklanmak ve ölçü ne zaman çok uzun ya da çok kısa olursa düzeltmektir. Bu aynı zamanda paragraf içi satırlar arası boşluğu (leading), font büyüklüğünü hatta belki kalınlığını

değiştirmek anlamına gelebilir. En iyi çevrimiçi okuma deneyimini yaratmak şu anda beni gerçekten heyecanlandıran bir sınav.

Blog dizinin Yarının Web Harfi Bugünden çok popüler oldu. Gelecekte hangi teknikler ve teknolojiler üzerinde durmalıyız?

Typekit senkronize font fikrinin öncülüğünü yaparak, Creative Cloud aboneliğiniz kapsamında kaliteli yazıtiplerine eriştiğinizin bir kütüphane kurmuş olduğu için giderek daha çok insan harika yazıtiplerine erişebilir oldu. Typekit artık sadece bir web font servisi değil, yazıtiplerini kitlelere ulaştırıyor. Daha stabil OpenType desteği ufukta belirli fakat henüz gerçekleşmedi ve çevrimiçi yazıtipi hizalaması hâlâ emekleme döneminde. InDesign gibi uygulamalarda kullanılan Knuth-Plass satır kesme algoritmasının ise tarayıcılarda baştan uygulanmış olması gerekiyor.

8 Faces'de tasarımcılara yönelttiğiniz soru üzerine biraz daha gidelim. Sizin üç favori yazıtipiniz hangileri?

8 Faces'in son sayısı için 8 tane seçmiştim ve o bile yeterince zordu! Yalnızca üç hakkım mı var? O halde sanırım biraz hile yaparak Tabac süper ailesinin tamamını seçmeliyim – Tomas Brousil tasarımı Serif, Slab ve Sans'ı; Mark Caneso tasarımı Quatro Slab'ı ve David Brezina tasarımı Skolar'ı yeni dergimiz Lagom'da kullanıyoruz.

Bütün Tabac ailesinin bu kadar canlı ve güçlü olmasına bayılıyorum: her stil çok şahsiyetli, aynı zamanda okunması tam bir keyif, çok fazla karakterli değil. Quatro alışılmamış formlarıyla – o harika k gibi – son derece oyunbaz; Skolar – özellikle web için – inanılmaz güvenilir bir gövde yazıtipi.

Sizi 8 Faces'de tipografların hayatlarını ve hikâyelerini sergilemeye iten neydi?

Harf tasarımcıları tasarım dünyasının adsız sansız kahramanlarıdır. Harf tasarlamak sadece zor bir iş değil üstelik uzun mesafe koşmaya hazır olmalısınız. Farklı kalınlıklar, sağlam bir glif seti, aralıklandırma ve az kullanılan OpenType özelliklerine gösterilen ihtimamla birlikte kayda değer bir yazı ailesi yaratmak istiyorsanız hayatınızın – en az – iki yılını harcıyorsunuz. Bu tarz bir adanmışlık özellikle de insanlar fontları genelde korsan olarak kullanabilecekleri ya da bedavaya alabilecekleri şeyler olarak görmekteyken övülmeyi hak eder.

Bununla beraber yazı tasarımcıları *8 Faces*'de mülakat yaptığımız insanların sadece bir kesitini oluşturuyordu. Yazı ile çalışan diğer insanların – örneğin basılı malzeme tasarımcıları, web tasarımcıları ve yazıya ve harflere saygıyla yaklaşan illüstratörlerin – hikâyelerini de anlatmak istedim.

8 Faces size yazıtipi yaratmakla ilgili neler öğretti?

Çok fazla şey öğrendim! *8 Faces*'den önce baskı üzerine pek de fazla bir şey yapmamıştım ve özellikle de ilk sayı zorlayıcı bir eğitimdi. Buna rağmen işler her sayıda daha iyiye gitti ve azar azar bazı ufak değişiklikler yaptım; font büyüklüğünü yarım punto azaltmak ve satır içinde karakterler arası boşlukları (tracking) arttırmak gibi, bunun gibi ufak detaylar. Şansım vardı ki, Erik Spiekermann gibi bir tipograf yanımdaydı, çalışmamı gözden geçirip bütün hatalarımı tespit etti. Erik Spiekermann size işinizi daha iyi yapmanızı söylediği zaman yaparsınız!

8 Faces neden sona erdi?

Bunu sona yaklaşınca kadar açıkça itiraf etmemiş olsam da, sadece sekiz sayıyla sınırlamayı başından beri planlamıştım. Zannediyorum hiçbir zaman mutlak verilmiş bir karar değildi ama sekizinci sayıya geldiğimizde artık bu kadar yeter demek doğruymuş gibi geldi. *8 Faces* ileriki bir zamanda geri dönebilir ama çok farklı bir biçimde olması gerekeceğini düşünüyorum – sekiz sayıdan sonra o format kesinlikle ömrünü doldurmuştu. Şu anda sekiz sayının tamamını bir kitapta toplayan ve yeniden tasarlayan bir kitap üzerinde çalışıyoruz. Ayrıca yaklaşık 160.000 takipçisi olan blogumuz var. Çılgınca bir durum.

Size bir başka dergi daha, Lagom, çıkarma ilhamını veren şey neydi?

8 Faces dergi yapmayı ne kadar sevdiğimi farketmemi sağladı, ancak ben sadece tasarım açısından değil içerik açısından da yeni bir şey yapmak istiyordum. Tipografi/tasarım topluluğunun ötesinde daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşmak istedim. Lagom yine de gayet tasarımcı-dostu bir dergi, ancak her türlü yaratıcı kategoriyi de hedefliyor. Şu anda çok sayıda lifestyle dergisi var ama biraz daha farklı bir şeyin doldurabileceği bir boşluk olduğunu hissettik.

Lagom'un mevcut başka şeylere görsel olarak benzemediğini düşünmek istiyorum. Şu anda tasarımında dev fotoğraflar ve bolca

beyaz boşluk kullanma modası var. Lagom bu tarz bir über-minimalizmden uzak durmaya çalışıyor. Biraz daha kalabalık ama karışık değil. Kapağımızın buna oldukça iyi bir örnek olduğunu düşünüyorum. İki kapak fotoğrafı tercihi yaptık, bir tanesi logonun yukarısına diğeri logonun aşağısına yerleştirildi. Hedeflediğimiz denge temasını temsil ediyor ve logoyu sayfasının ortasına almak alışılmadık bir yerleştirme.

Kökleşmiş baskı yayıncılarının ancak ayakta durdukları bir zamanda bir dergi çıkarmak riskli bir iş değil mi?

Zorluk çekenler büyük yayınevleri. Bağımsız yayıncılık devrimiyse hızla serpiliyor. Hiçbir zaman şu ankinden daha fazla bağımsız dergi olduğunu zannetmiyorum. Birçok bağımsız dergi – hem üretim değerleri, hem de içerik bakımından – kaliteye odaklanıyor. Bolca reklam almak ya da geçici bir şey olmak gibi daha geleneksel yayıncılık anlayışından uzak duruyorlar. Biz ve birçok başka bağımsız yayıncı okuyucuların saklamak istedikleri eserler yaratıyoruz.

Kendi dergilerini yayınlama niyetinde olan tasarımcılara tavsiyeniz var mı?

Düşündüğünüz kadar zor bir şey değil. Düşündüğünüz kadar pahalı da değil. Katkıda bulunacaklardan iyi bir ekip oluşturun, bu kişilere ödeme yapabilecek durumda olmak için bazı ortaklar edinir ve bir izleyici kitlesi oluşturmak için de yaptığımız işle ilgili olarak internette bol bol konuşun. Gerçek mağazalarda satmak istiyorsanız, belki bir dağıtımçı bulun. Dergiye satmak ya da en azından insanlara nereden alabileceklerine dair bilgi vermek için kesinlikle kendinize düzgün bir web sitesi edinir. Unutmayın büyük dergiler bile vaktiyle bağımsız statüde başlamışlardı. ●

Elliot Jay Stocks Adobe Typekit direktörü olmadan önce gecelerini harfler arası boşlukları düzenleyerek (kerning) ve tipografiye odaklanma hasreti çekerek geçiren bir web tasarımcısıydı. İronik bir şekilde, yan iş olarak yaptığı eski ekol basılı dergi tasarımı, kariyerini yazıtipiyle dolu bir geleceğe taşıdı. Stocks sekiz fasiküllük 8 Faces dergisini kurdu ve yayımladı. Dergide tipograflara ıssız ada sorusunu yöneltti: "Hayatınızın geri kalanı boyunca sadece sekiz yazıtipi kullanabilecek olsanız, hangilerini seçerdiniz?" Tipografiye olan tutkusunu ve yeteneği Adobe'nin ilgisini çekti. Şu an websitelerine kullanıcı arayüzleri tasarlıyor ve Adobe'nin ileri görüşlü projesi font abonelik hizmeti Typekit'in markalaşmasını şekillendiriyor. Bir tek dergi çıkarmakla yetinmeyen Stocks, geçen sonbahar daha genel içerikli life-style yayını Lagom'u çıkardı.

Ege kıyısında kritik ısı

Eye, 89

Çeviri: Aslı Mertan

Ücra bir Türk köyündeki çalıştay uluslararası öğrencilere teknolojik yetersizlik halinde tasarımın neler yapabileceğini keşfetme şansı verdi.

Kısıtlamalar özellikle de keyifli denemeler yapmak için bolca yer ve zaman varsa grafik tasarım eğitimine olumlu bir etkiye bulunabilir. Türkiye'deki 34. Yahşibey Tasarım Çalıştayı, yurtdışından gelen 10 öğrenciye sınırlı malzemeler, bir masa üstü yazıcı, sınırlı internet erişimi, dahası öğrenciler ve çalıştay liderleri arasında dil engelleri sunarak, tasarımı yönelik yaklaşımlarını yeniden düşünme şansı verdi.

Tasarımcı ve illüstratör Emre Senan ve İstanbul'da bulunan Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nin Grafik Tasarım Bölümü Başkanı Profesör Ayşegül İzer 2006'dan beri kâr amacı gütmeyen bu çalıştayları Emre Senan Tasarım Vakfı'nın himayesinde düzenliyorlar. Uluslararası mimarlar, moda tasarımcıları, endüstriyel tasarımcılar ve grafik tasarımcıları zamanlarını eğitime bağışlayarak on

Yahşibey grafik tasarım çalıştayından görüntüler, Türkiye, 2014. Türkiyeli öğrenci Ferhat Akbaba tarafından tasarlanan Diren İstanbul ikonu – Boğaziçi'nin her iki yakasındaki kara kütlelerini simgeleyen, birbirine vurmuş iki yumruk. Bu versiyon toprak ve taşlarla yapıldı.

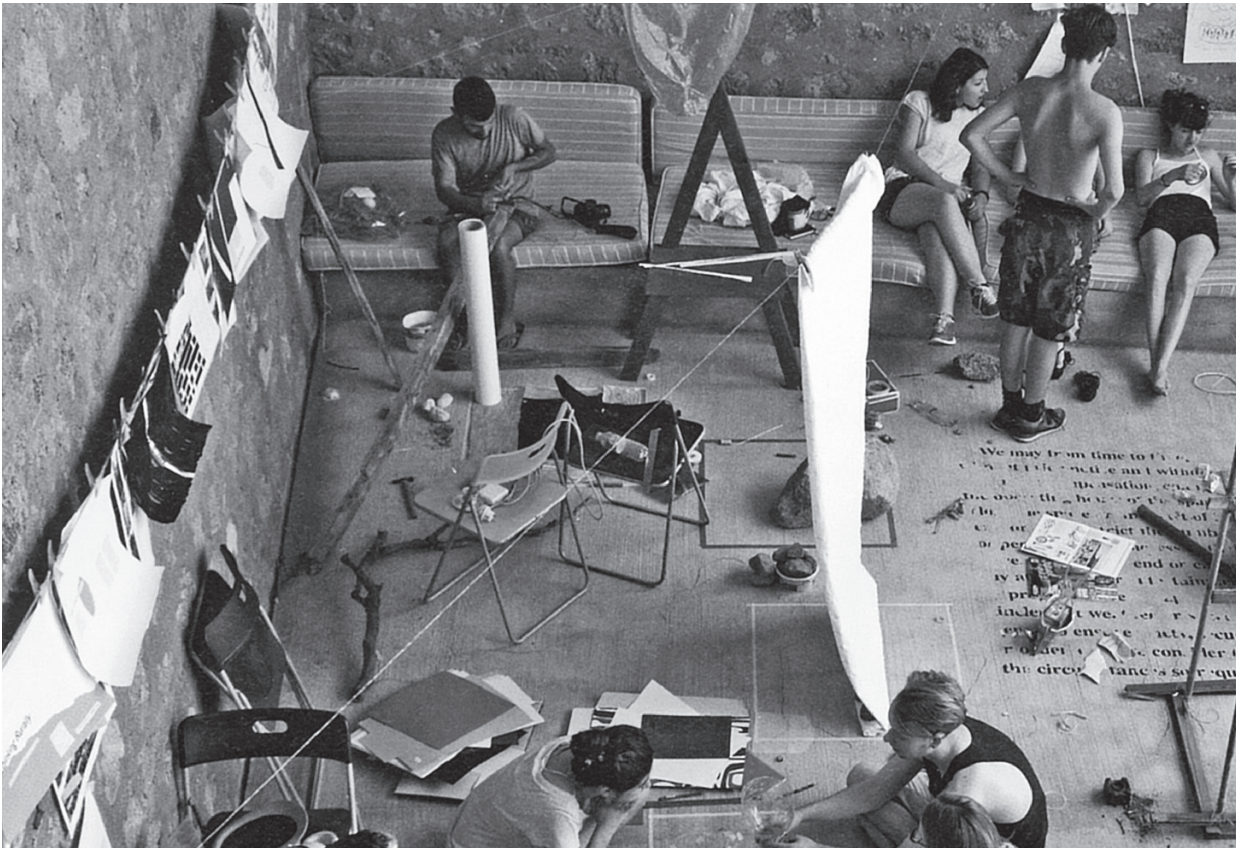


beş gün boyunca Türkiye'nin Ege kıyısında, İzmir il sınırları içindeki ücra Yahşibey köyünde öğrencilerle birlikte yaşıyor ve çalışıyorlar.

İzer'in ifadesi şöyle: "Problemleri her yönden analiz eden, cevaplar arayan ve bağımsız düşünen tasarımcılar yetiştirmek istiyoruz. Meraklı, dışa dönük, profesyonel ve kişisel anlamda ahlak ilkelerine bağlı, paylaşımından keyif alan, tasarımın ekolojik ve psikolojik sonuçlarına dair farkındalıkları yüksek ve bunlara kayıtsız kalmayan tasarımcılar."

Londra ve İstanbul'da çalışan tasarımcı ve eğitmen Gülizar Çepoğlu 2014 yazında, tasarımda eylemcilik konulu çalıştayı yönetmesi için davet edildi. Başvuran 65 öğrenciden 5'i London College of Communication'dan (LCC) – Birleşik Krallık, Avustralya ve Brezilya'dan – gelmişlerdi. Diğer 5 öğrenci de Türkiye'deki kurumlardan davet edildiler. Çalıştayı konuk liderleri olarak, tasarım eylemcisi Tzortis Rallis, tasarım yazarı Sarah Snaithe ve tasarımcı Joseph Bisat Marshall davet edildiler. Çalıştayı hedefi öğrencilerin "bilgili ve eleştirel düşünürler" olarak protestonun sözel ve görsel dilini incelemeleri ve tasarımın neler sunabileceğini düşünceleriydi.

Önceki yıl İstanbul Gezi Parkı'nda ve Türkiye sahilinde gerçekleşen hükümet karşıtı protestolarda, protestocular uluslararası kamuoyuna ulaşmaya ve ülkeye dair devlet kontrolündeki görüşlerin ötesine geçen fikirler yaymaya gayret ettiler. Sosyal medyayı kullanarak, yaratıcılığın güçlü mesajlar ve çoğu kez



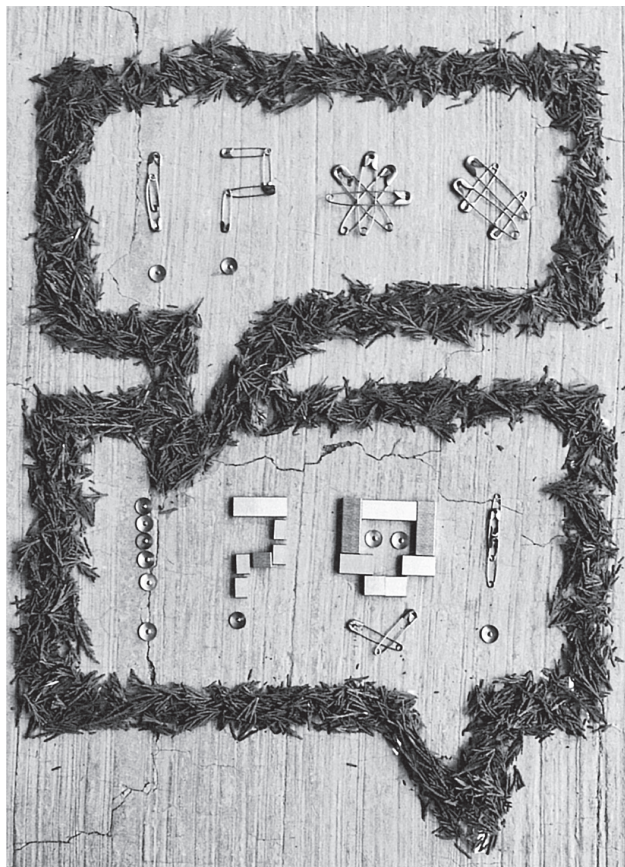
Joseph Bisat Marshall ve Sarah Snaith'in yönettiği yapım aşamasındaki bir yerleştirme.

mizah duygusu ile harmanlanmış posterler, pankartlar, sokak sanatı ve fotoğraflar şeklinde tezahür eden bir eylemcilik biçimi olabileceğini gösterdiler. Yahşibey çalıştaylarındaki öğrenciler için Gezi ilham verici bir olaydı ve buradan hareketle tasarımı geniş kapsamlı sosyo-politik bir bağlam çerçevesinde düşünmeyi öğrendiler.

Yunan tasarımcı Tzortis Rallis siyasi kargaşa yaşamış başka bir ülkeden geliyor ve Londra'da

(LCC'de doktora çalışmasını yaptığı sırada) gerçekleşen Occupy (İşgal) hareketinin gazetesi Occupied Times'in bir çalışanı olarak protestolara tanıklık etmiş. Öğrencilerden 'kendilerini sosyal ve politik meselelere aşina kılmalarının, bilgilerini ve ideolojik görüşlerini karşılıklı paylaşımlarının' istendiği bir afiş atölyesini yönetti. Katılımcılar Gezi Parkı'nda üretilen sloganların İngilizce ve Türkçe tercümelerini yaparak analiz ettiler.

Right to disagree (Karşıt görüş hakkı), tasarlayan: Roxanne Bottomley. Aslen Tzortis Rallis'in çalıştayında tasarlandı ve Gülzar Çepoğlu'nun çalıştayında çimen ve çevrede bulunan malzemelerle yeni bir biçim verildi.



Bunları, ileride bir basılı bir haber dergisi olabilecek – mavi ve turuncu gibi keskin tezat içeren renkler kullanılmış – iki afişin temelini oluşturmada kullandılar.

Josep Bisat Marshall ve Sarah Snaith yönettikleri atölyelerde öğrencilere bir dergi tasarlama ve yazma görevini verdiler. LCC ve Türkiye'den öğrenciler güçlü hisler taşıdıkları bir konuda – iklim değişikliği, insan hakları, demokrasi – birbirleriyle

mülakat yapmak üzere eşleştirildiler. Kelimelerin yetersiz kaldığı durumlarda öğrenciler görüntüler kullandılar ve mülakat yaptıkları kişinin olayları fiziksel olarak yeniden canlandırması üzerine gözlemlerini yazdılar. Bunlar eldeki kısıtlı malzemeler kullanılarak tasarlanan dergi sayfalarına aktarıldılar. İkinci gün Marshall ve Snaith öğrencilerden, kendi çevrelerinde protesto fikrini ifade edebilecek bir durumu tespit etmelerini istediler. Bu çalışma öğrencilerin idare ettiği, her bir öğrenciyi eylemciliğe sevk eden kritik anları açıklayan bir yerleştirme ile sonuçlandı.

Öğrenciler, Gülizar Çepoğlu ile okuma ve yazı sistemlerini tartıştılar. Kendi eylemci ikonlarının, dekoratif karakterlerinin ve giflerinin üzerinde çalışmadan önce, Maya ve Aztek kabartmaları, piktogramlar, ideogramlar ve Mısır hiyeroglifleri gibi tesirleri incelediler. Ortak bir mesaj oluşturmak için toprak, ince ağaç dalları, gazeteler, yiyecekler ve kendi bedenlerini kullandılar. Çepoğlu şöyle konuştu: "İktidar yapılarını protesto etmek ve karşı koymak adına anlam inşa etmek gibi ortak bir hedefle yüzleşildiğinde, egoların nasıl yok olduğunu izlemek merak uyandırıcıydı." Türkiyeli bir mimarlık öğrencisi Dilşad Aladağ'ın geri bildirimini coşku doluydu: "Yazı ve görüntü arasındaki ilişkiyi araştırmak benim için gerçekten faydalı oldu. Bu öyle bir ilişki ki yalnızca semboller ve görüntüler kullanarak bir dil yaratabiliyorsunuz."

Çalıştay sadece çalışmaktan ibaret değildi. Eğlenmek ve

çevreyi gezmek için de zaman ayrıldı: İki haftanın hatırdı kalacak kısımlarından biri, burada icat edildiği iddia edilen parşömene adını vermiş antik Yunan şehri Bergama'ya düzenlenen geziydi. Akşamları, gece tekrar çalışmaya başlamadan önce, herkes yoğun sıcaktan sonra serinlemek için plaja gitti.

Çalıştaylar öğrencilere ücretsiz. Ayşegül İzer'in ifadesi şöyle: "Öğrencilere dayatılan mevcut eğitim sisteminden uzaklaşmanın ilk adımı herkese eşit ve ücretsiz eğitim sağlamaktan geçiyor. Bununla beraber, öğrencilerin burada kaldıkları süre içinde bir günlerini yerel halkın faydalanacağı bir çalışmaya ayırmaları şartı var. Bu kapsamda öğrenciler bir otobüs durağını konuşma balonlarıyla boyadılar. Köylüler bu konuşma balonlarının içlerini, yaşadıkları cemiyette iyileştirmeler yapmaya yönelik fikirler yazılı notlarla doldurmaya teşvik edildiler.

Çalıştay çevre kurumlardan tasarım profesyonelleri ve eğitimcilere yapılan bir sunum ve afişlerin, dekoratif karakterlerin, gif animasyonlarının, metin ve görüntülerin, sloganların ve üç boyutlu nesnelere yer aldığı bir sergiyle kapandı.

Öğrenciler

Gizem Cansu Horoz
Cleber Rafael de Campos
Emily Jane Todd
Ryan Young
Görkem İşme
Dilşad Aladağ
Freya Smith
Şevval Ceylan
Ferhat Akbaba
Roxanne Bottomley

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi
Onur Gökalp
Tasarım
Bülent Erkmn
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