

**T.C
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANA SANAT DALI
GRAFİK TASARIM PROGRAMI**

GRAFİK TASARIMCILARIN SORUNLARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Murat ÖZBAYRAK**

**Danışmanı
Yrd.Doç.Dr. Nuri Sezer**

İstanbul - 2010

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

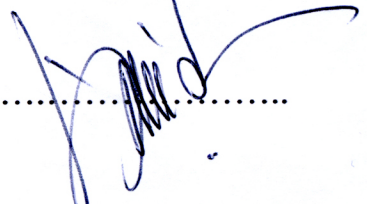
Grafik Tasarım Anasanat Dalı Grafik Tasarım Programı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi **Murat ÖZBAYRAK** tarafından hazırlanan **“Grafik Tasarımcıların Sorunları”** adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Tarihi : 23.06.2010

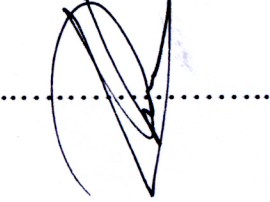
(Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

Jüri Üyesi Yrd.Doç.Nuri SEZER
Danışman- HAL.Üniv. Grafik Tasarım ASD Öğr. Üyesi



Jüri Üyesi: Prof.Dr.Şebnem R.TEMİR
HAL.Üniv. Tekstil ve Moda Tasarımı ASD Öğr.Üyesi



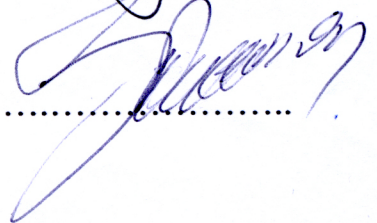
Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Demet KARAPINAR
HAL.Üniv. Grafik Tasarım ASD Öğr. Üyesi



Jüri Üyesi: Prof.Dr.Esin SARIOĞLU
HAL.Üniv. Tekstil ve Moda Tas. ASD Öğr.Üyesi (Yedek)



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Savaş ÇEVİK
HAL.Üniv. Grafik Tasarım ASD Öğr.Üyesi (Yedek)



Teşekkür

Öğrenim hayatım boyunca bana her konuda karşılıksız desteğini esirgemeyen annem, Müşerref Özbayrak'a, çalışmam esnasında değerli birikimleriyle bana yön veren tez danışman Yrd Doç Nuri Sezer'e, Birikimlerini benimle paylaşan sevgili dostlarım, Gökhan Temiz, Nurdoğan Çakmakçı, Ahmet Çakı ve Murat Dağıtmaç'a, Araştırmama katılıp anket formlarını dolduran ve bu çalışmanın hazırlanmasında büyük katkıda bulunan; tanıdığım tanımadığım tüm grafik tasarımcılara, En içten dileklerle teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	II
GRAFİKLER LİSTESİ.....	III
ÖZET.....	IV
ABSTRACT.....	V
TEŞEKKÜR.....	VI
GİRİŞ.....	1
1. TASARIM KAVRAMI ,GRAFİK TASARIM VE REKLAM İLİŞKİSİ.....	2
1.1. Tasarım Kavramı.....	2
1.2. Tasarımda Yaratıcılık.....	4
1.3. Grafik Tasarım Kavramı.....	6
1.4. Reklamda Grafik Tasarımın Önemi.....	8
1.5. Reklamcı ve Reklam Ajansı.....	9
2. TÜRKİYEDE GRAFİK TASARIM EĞİTİMİ VE MESLEK KURULUŞLARI.....	12
2.1. Tasarım bilinci ve grafik tasarım eğitiminin önemi.....	12
2.2. Güzel Sanatlar Fakülteleri.....	16
2.3. Meslek kuruluşları.....	18
2.3.1. Grafikerler Meslek Kuruluşu.....	19
2.3.2. Reklamcılar Derneği.....	20
2.3.3. Reklamcılık Vakfı.....	21
3. GRAFİK TASARIMCILARIN BAŞLICA SORUNLARI.....	22
3.1 Grafik Tasarımda Özgünlük Sorunu.....	22
3.2. Grafik Tasarımcılar Arasında Mektepli Alaylı Sorunu.....	33
3.3. Müşteri ve Grafik Tasarımcılar Arasındaki Sorunlar	35

4. GRAFİK TASARIM SORUNLARI ÜZERİNE ALAN ARAŞTIRMASI.....	42
4.1. Ajans Sahiplerinin İşyeri ve Tasarımcıları Arasındaki Kriterleri	42
4.1.1. Ajans Sahiplerinin Kendi Ajansları Hakkında Görüşleri.....	42
4.1.2. Ajans Sahiplerinin Müşteri ve Tasarımcıları Arasındaki Tutumları.....	45
4.2. Grafik Tasarımcıların Teknik Donanımları.....	60
4.2.1. Grafik tasarımcıların en çok kullandıkları programlar.....	60
4.2.2. Grafik Tasarımcıların Tasarımları Oluştururken Bilgisayar Programlarından Yararlanma Şekilleri.....	68
4.3. Grafik Tasarımcıların Tasarımlarını Hangi Beklentiye Göre Oluşturdukları	74
4.3.1. Hedef kitle ve grafik tasarımcı ilişkisi.....	74
4.3.2. Ajans sahipleri ve yöneticileri ile grafik tasarımcı ilişkisi.....	78
4.3.3. Müşteri ve grafik tasarımcı ilişkisi	81
4.4. Grafik Tasarımcıların Eğitim Durumları.....	85
4.4.1. Tasarımcıların grafik tasarım hakkındaki görüşleri.....	85
4.4.2. Tasarımcıların grafik tasarım eğitimi hakkındaki görüşleri.....	92
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	106
6. KAYNAKLAR.....	109
7. EKLER.....	111
Ek 1: Araştırma Raporu.....	112
Ek 2: Anket Formu.....	113
8. ÖZGEÇMİŞ.....	126

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: İlgi hastanesi, Banner Health, logo.....	23
Şekil 2: Metek, Axis bank, logo.....	23
Şekil 3: Scottish arts council, Quark, logo.....	23
Şekil 4: Munix, Union bank, logo.....	23
Şekil 5: Macromedia, Mos burger, logo.....	24
Şekil 6: Infiniti, Videocon, logo.....	24

<i>Şekil 7</i> : Nike, logo.....	24
<i>Şekil 8</i> : Pepsi cola, Boy cola, logo.....	25
<i>Şekil 9</i> : Naber Kaffe, Caffè molinari,basın ilanı.....	26
<i>Şekil 10</i> : Texwood, King, basın ilanı.....	27
<i>Şekil 11</i> : Arçelik, Basın ilanı.....	28
<i>Şekil 12</i> : Mini Cooper, Hyundai getz, Citroen picasso, outdoor meca.....	29
<i>Şekil 13</i> : Optimus business, Garanti Leasing basın ilanı.....	30
<i>Şekil 14</i> : Twilight, Aşk-ı memnu, film afişi.....	31
<i>Şekil 15</i> : Cars, lada, afiş ve basın ilanı.....	32
<i>Şekil 16</i> : Alumelt logo.....	35
<i>Şekil 17</i> : Tufan metal logo.....	36
<i>Şekil 18</i> : Gecortec, logo.....	37
<i>Şekil 19</i> : Sarmold, logo.....	37
<i>Şekil 20</i> : Latif kültür merkezi, logo.....	38
<i>Şekil 21</i> : Afacanlar kitap kapağı.....	39
<i>Şekil 22</i> : Siparişin.com, logo.....	40
<i>Şekil 23</i> : Dersevi, logo.....	40
<i>Şekil 24</i> : Beşyıldızlar, logo.....	41

GRAFİKLER LİSTESİ

<i>Grafik 1</i> : Tasarımlarımız özgün ve daha önce uygulanmamıştır.....	42
<i>Grafik 2</i> : Ajansımızın Müşteri portföyü genişler.....	43
<i>Grafik 3</i> : Bizim gibi çalışan ajanslar da bulunmaktadır.....	44
<i>Grafik 4</i> : Elemanımın haklı olduğunu düşünsem de müşterimi desteklerim.....	45
<i>Grafik 5</i> : İkisinin ortasını bulmaya çalışırım.....	46
<i>Grafik 6</i> : Elemanımı korurum.....	47
<i>Grafik 7</i> : Elemanımı değiştiririm.....	47
<i>Grafik 8</i> : Müşteriyi ikna etmeye çalışırım.....	48
<i>Grafik 9</i> : Ben karışmam elemanlarım tasarımlarını kendi kendilerine oluştururlar.....	49
<i>Grafik 10</i> : Ajans olarak tasarımlar grup çalışması ile oluşturulur.....	50
<i>Grafik 11</i> : Ajansımızda tasarımlar müşterinin isteği doğrultusunda oluşturulur.....	51
<i>Grafik 12</i> : Tasarımlar benim istediğim doğrultuda oluşturulur.....	52
<i>Grafik 13</i> : Tasarımlar daha önce yapılmış mevcut tasarımlara uygulanır.....	53
<i>Grafik 14</i> : Sadece ilgili bilgisayar programlarını iyi bilmesi yeterlidir.....	54
<i>Grafik 15</i> : Mutlaka tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim.....	55
<i>Grafik 16</i> : Hem bilgisayarı iyi bilmesi hem de tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim.....	56
<i>Grafik 17</i> : Daha önceki tasarımlarına bakarak istihdam ederim.....	57

Grafik 18: Piyasa deneyiminin olmasına dikkat ederim.....	58
Grafik 19: Tasarım eğitimi almamış olsa da olur piyasa deneyimi olması yeterlidir.....	59
Grafik 20: Adobe Photoshop.....	60
Grafik 21: Adobe Illustrator.....	61
Grafik 22: Corel Draw.....	62
Grafik 23: Freehand MX.....	63
Grafik 24: Quark Xpress.....	64
Grafik 25: Flash player.....	65
Grafik 26: 3D Studio max.....	66
Grafik 27: Diğerleri.....	67
Grafik 28: Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum.....	68
Grafik 29: Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım.....	69
Grafik 30: Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm.....	69
Grafik 31: Yaratıcı olmama gerek yok bilgisayar yeterlidir.....	70
Grafik 32: Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum.....	71
Grafik 33: Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım.....	71
Grafik 34: Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm.....	72
Grafik 35: Yaratıcı olmama gerek yok bilgisayar yeterlidir.....	72
Grafik 36: Hedef kitlem önceden araştırılır bana gelen veriler doğrultusunda tasarımlarımı yaparım.....	75
Grafik 37: Hedef kitlemi araştırıp tasarımları gerçekleştiririm.....	76
Grafik 38: Hedef kitlemin beklentilerini göz önünde bulundurmadan tasarımlar yaparım.....	77
Grafik 39: Bu ajansta kendi görüşlerimi uygulamada sorunlar yaşıyorum.....	78
Grafik 40: İşyeri sahibim ya da üst yöneticilerim tasarımlarıma müdahale eder.....	79
Grafik 41: Mesajımı hangi grafik tasarım mecrasında tasarlayacağıma ben karar veriyorum.....	80
Grafik 42: Tasarımlarımı müşteriye beğendirmek için uğraşırım.....	81
Grafik 43: Müşterilerimi dinler tasarımlarımda değişiklikler yaparım.....	82
Grafik 44: Tasarımı başka bir arkadaşına devrederim.....	83
Grafik 45: Müşteri ile ben yüz yüze gelmem müşteri temsilcileri ilgilenir bana bilgi verir.....	84
Grafik 46: Grafik tasarım sanatla ticaretin bir birleşimidir.....	85
Grafik 47: Grafik tasarım aynı zamanda sanatsal bir üründe olmalıdır.....	86
Grafik 48: Grafik tasarım reklam sektörünün vazgeçilmez bir parçasıdır.....	87
Grafik 49: Grafik tasarım yaratıcılık gerektiren bir meslektir.....	88
Grafik 50: Grafik tasarım özel bir yetenek ve eğitim gerektirir herkes yapamaz.....	89
Grafik 51: Grafik tasarım bilgisi olmadan da tasarımlar yapılabilir.....	90
Grafik 52: Bu iş için sadece grafik tasarım programlarını bilmek yeterlidir.....	91
Grafik 53: Bölümümüzde çok iyi yetiştirildim.....	92
Grafik 54: Bölümümüzde yeterli teknik bilgi aldım.....	93
Grafik 55: Bölümümüzde yeterli sanatsal bilgi verildi.....	94

Grafik 56: Bölüm bana hiç bir şey kazandırmadı.....	95
Grafik 57: Bu işi okulda değil piyasada öğrendim.....	96
Grafik 58: Okulda öğrendiklerim sayesinde piyasa işlerinde daha başarılı oldum.....	97
Grafik 59: Grafik tasarım bölümünden mezun olmayanlara göre daha başarılı olduğum kanısındayım.....	98
Grafik 60: Bu eğitim mutlaka alınmalıdır.....	99
Grafik 61: Grafik tasarımı kendi çabalarımla öğrendim.....	100
Grafik 62: Bu iş için yeterli bilgiye ve donanıma sahibim.....	101
Grafik 63: Grafik tasarım eğitimi almış kişilerden tasarım yaratma boyutunda bir farkım yok.....	102
Grafik 64: Grafik tasarım eğitimi almış kişiler karşısında eksik yönlerim bulunmakta.....	103
Grafik 65: Bu eğitimi almış kişilerden daha iyi ürünler oluşturuyorum.....	104
Grafik 66: Grafik tasarım eğitimi almak isterdim.....	105

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Murat ÖZBAYRAK
Ana Sanat Dalı : Grafik Tasarım
Programı : Grafik Tasarım
Tez Danışmanı : Yrd.doç.dr Nuri Sezer
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans-Haziran 2010

GRAFİK TASARIMCILARIN SORUNLARI

ÖZET

Bu çalışma Türkiye’de grafik tasarımcıların eğitim ve meslek hayatında karşılaştıkları sorunları araştırmak üzere hazırlanmıştır.

İlk bölümde Tasarım kavramından başlayarak tasarımda yaratıcılık grafik tasarım kavramı, reklamda grafik tasarımın önemi, reklamcı ve reklam ajansı konularına kısaca değinilmiştir

İkinci bölümde grafik tasarım eğitimi güzel sanatlar fakülteleri ve grafik tasarımın gelişmesi için kurulan grafikerler meslek kuruluşu, reklamcılar derneği ve reklamcılık vakfı gibi sivil toplum kuruluşları tanıtılmıştır

Üçüncü bölümde tasarımda özgünlük, grafik tasarımcılar arasında mektepli ve alaylı çatışması, müşteri ve grafik tasarımcıları arasındaki anlaşmazlıklar örneklerle anlatılmaya çalışılmıştır.

Dördüncü ve son bölümde reklam ajanslarında çalışan grafik tasarımcıların eğitimleri, tasarımlarını oluştururken dikkat ettikleri ya da dikkat etmedikleri noktalar, teknik donanımları, ajans sahipleri ya da yöneticileri ile olan ilişkileri, müşterileri ile olan ilişkileri gibi sorunları daha detaya indirgeyerek anket yöntemiyle bir alan araştırması yapılmıştır. Anket ajans sahipleri ve yöneticileri tasarım eğitimi almış ve tasarım eğitimi almamış grafik tasarımcılara uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Reklam ajansı, Özgünlük, Grafik tasarımcı, Yaratıcılık.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Murat Özbayrak
Master of Arts : Graphic Design
Program : Graphic Design
Supervisor : Asist.prof. Nuri Sezer
Degree Awarded and Date : Master June 2010

THE PROBLEMS OF GRAPHIC DESIGNERS

ABSTRACT

This paper represents a research about problems faced by graphic designers both in professional and educational life.

In the first section, starting from design concept , creativity in design , ideology of graphic design , importance of graphic design in advertisement and advertising agencies have been shortly mentioned .

The second section introduces education system in the graphic design , faculties for fine arts , and civil society organizations such as institutions to develop graphic design, advertisers association and advertising foundation.

In the third section, originality in design, conflicts of scholarly nontrained graphic designers and educated designers and lastly disputes between clients and graphic designers have been mentioned with examples .

The fourth and last part includes a field survey. Education of graphic designers, their concentration areas when they are creating their designs, technical equipment, relationships with agency owners and managers and also customers, such issues have been mentioned to look into more details of problems of graphic designers. Agency owners and managers and also educated or noneducated graphic designers were under this survey.

Keywords: Advertising agency, Originality, Graphic designer, Creativity.

GİRİŞ

Günümüzde reklam, hayatımızın her köşesinde kendini hissettiren, herhangi bir ürünün diğer ürünlerden ayrışmasını sağlayan ve bunu yaparken de birçok mecrada yaratıcılığı kullanan bir sektör haline gelmiştir. Bu mecralardan çoğu, grafik tasarımcıların oluşturdukları tasarımlarla hedef kitlelerine ulaşmaktadır.

Söz konusu, tasarım ve dolayısıyla yaratıcılık gibi subjektif kavramlar olunca grafik tasarımcıların sorunları bu noktada başlamaktadır.

Bu çalışmada tasarım kavramının tanımından başlayarak, tasarımda yaratıcılık, grafik tasarım kavramı, reklamda grafik tasarımın önemi, reklamcı ve reklam ajansları birinci bölümde anlatılmıştır.

İkinci bölümde ise grafik tasarım eğitiminin önemi, bu eğitimi veren güzel sanatlar fakülteleri ile grafik tasarım mesleğinin sivil toplum kuruluşları tanıtılmıştır.

Grafik tasarımcıların sorunlarının başlıcalarını içeren üçüncü bölümde ise, örneklerle tasarım boyutundaki sorunlar irdelenmiş olup, ayrıca grafik tasarımcılar arasındaki mektepli-alaylı sorunu ele alınmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde grafik tasarımcılara, ajans sahibi ve yöneticileri de dahil olmak üzere, kapsamlı bir alan araştırılması yapılmıştır. Bu araştırmada ajans sahiplerinin, işyeri ve tasarımcıları arasındaki kriterleri, grafik tasarımcıların teknik donanımları, grafik tasarımcıların tasarımlarını hangi beklentiye göre oluşturdukları, grafik tasarımcıların eğitim durumları öğrenilmiştir.

Çalışmanın tamamından edinilen bilgiler sayesinde ise çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

1.BÖLÜM

TASARIM KAVRAMI, GRAFİK TASARIM VE REKLAM İLİŞKİSİ

1.1. Tasarım Kavramı

Tasarım, içinde bulunduğumuz çağda sürekli tekrar edilen; çeşitli meslek dallarının çalışma sahalarına hitap eden, bu meslek dalları arasında gün geçtikçe artan işbölümünün bir sonucu olarak da anlamı gitgide genişleyip genel bir çerçeve niteliği kazanan bir kavramdır. Dilimizde sıkça kullanılan bir kelime olan tasarımın tanımı hakkında ilk olarak gündelik konuşma diliyle ilgili pratik bir bilgiyi içerdiği düşüncesiyle Türk Dil Kurumunun Türkçe Sözlüğünden yola çıkmakta fayda vardır.

“Zihinde canlandırılan biçim tasavvur.”,

“Bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağı, desen, tasar çizim, dizayn: Kentsel tasarım. Çevre tasarımı.” .

“Bir araştırma sürecinin çeşitli dönemlerinde izlenecek yol ve işlemleri tasarlayan çerçeve, tasar çizim, dizayn.”

“Daha önce algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan ortaya çıkan kopyası.” (TDK sözlük, 2010)

Sanat terminolojisi açısından daha detaylı bir tanım ise “Bir tasarlama eylemi sonucunda beliren ve asıl yapının gerçekleştirilmesi sırasında yönlendirici olan proje, çizim, maket vs. gibi ürünlerin tümü.” şeklindedir. (Sözen ve Tanyeli.1992: 231) Aynı eserde tasarlama başlığı altındaki tanım ise “Sanatsal değer taşıyan bir ürün ortaya koymak amacıyla yapılan, fakat ürünün gerçekleştirilme aşamasını içermeyen çalışmaların tümü.” (Sözen ve Tanyeli. 1992: 231) olarak yapılmıştır.

Tasarım konusunda yapılan bu tanımların aralarında büyük bir fark olmadığı görülmektedir. Ancak aralarında küçük detaylar oluşturan düşünsel ayrım çağımızda fikir hayatına şekil veren bir nitelik taşımaktadır

Çağımızda tasarım kavramını geçmiş dönemdeki tasarım kavramlarından ayıran temel fark, özellikle mimari ve endüstri ürünleri tasarımı alanlarında üretilen asıl yapı ya da ürünün inşası sırasındaki uygulamaların genellikle kağıt üzerindeki

bir ön çalışması olarak adlandırılan tasarımın artık bu tanıma sığmayacak kadar geniş bir kavram niteliği taşımasıdır. Günümüzde tasarım kavramı, ön çalışma niteliğindeki bu çözüm önerilerinin (taslak veya layout), bunlar arasından seçilerek asıl olarak inşa edilen yapı ya da ürünün (bina veya televizyon), bu yapı ya da ürüne sahip olmak dürtüsünü harekete geçirmek hedefiyle uygulanan tüm ikna çabalarının (Pazarlama iletişimi ya da reklam), bu yapı ya da ürünün kullanılması esnasında karşılaşılabilecek sorunların aşılması için gereken yan faaliyetlerin (ambalajlama, teşhir etme ve saklama) hatta ürünün tüketimi sırasında verilecek tüm bilgilendirme ve servis hizmetlerinin tamamını kapsamaktadır. Bu yanıyla tasarım kavramı bir fikrin zihinde belirmesi, hayata geçirilmesi, bir form kazanarak insanların hizmetine sunulması ve kullanılması süreçlerinin tümünü içermektedir. Daha açık bir ifadeyle tasarım faaliyeti artık bir endüstri ürünü tasarımı ya da grafik tasarım ürünü çoğaltma ünitelerine girdiği andan itibaren sonlanmamaktadır.

Tasarımcıların bir fikri ortaya koyarken çalışma alanlarıyla ilgili çeşitli. Disiplinler hakkındaki bilgi birikimleri de tasarım sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Bir başka deyişle tasarımcı, hayalinde canlanan her fikrin gerçek hayatta bir yansıma bulmayacağını bilir. Tasarım birçok etken arasında düşünme ve mümkün olabilecek en basit ve etkili çözümü bulabilme yeteneğini gerektirir. Yaratıcılık kavramı ise; düşünce ve üretim aşamalarındaki bu koordinasyonun en başarılı biçimde sağlandığı ve tasarımılanan ürüne yüklenen “mesaj iletme” ya da “hayatı kolaylaştırma” görevlerinin, estetik bir değer taşıma ilkesine vereceği zararın en az düzeyde tutulduğu bir süreci tanımlar.(Armutçu, 2006: 11)

1.2. Tasarımda Yaratıcılık

Yaratıcılık; “(İng. *creativity*; Fr.*cre’ativite*)” kişilerde, bazen de kişilerden meydana gelen öbeklerde rastlanan, özgünlüğüyle, uygunluk, geçerlilik ve yararlılığıyla seçkinleşen, yeni bir şey, şeyleri yeni bir biçimde görme tarzının, bağlantılar kurup, risk almanın çelişki ve karşıtlıkları aşma ve senteze kavuşturmanın tanışık olunmayanda daha önceden tanışık olunan yol yada modeller bulmanın bir sonucu olarak, mantıksal düşüncenin dışında metaforik ya da analogik düşünme gücüyle, geleneksel ya da sıradan olan karşı çıkışla, yetersiz bir basitliği reddederek daha kompleks ve tatminkar bir düzen ya da sentez arayışıyla, varlığa getirme yeteneği (Cevizci, 1999: 919)”, olarak felsefe sözlüğünde yer almaktadır.

Yaratıcılık, “Daha önce düşünülmemiş, yapılmamış veya uygulanmamış bir fikir ya da fiziksel varlığın ortaya çıkartılması olarak nitelendirilmektedir (Tekler, 2002: 189)”. Aynı zamanda yaratıcılık, özgün düşüncelerin ortaya çıkarılma süreci olarak tanımlanmaktadır (Yaylacı, 1999: 151). Bu nedenle, farklı olması açısından, reklâmın yaratıcı düşünceyle tasarlanmış olması gerekmektedir.

Özel bir ürünle aynı kategorideki diğer ürünler arasında bir farklılık yaratmak, reklâmın ilk işlevi olarak görülmektedir (Williamson, 2001: 24). Daha önce düşünülmemiş farklı tasarımlar, ürünün pazarlanması aşamasında rakip ürünler arasından sıyrılmasında önemli bir faktör yaratmaktadır.

Bir reklâm yaratıcısının kendisine çizilen sınırın içinde serbest dolaşmasına yaratıcılık denmektedir. Reklâm yaratıcısı reklâm verenin bütçesi, hedefi, hedef kitlesi, ürünün, hizmetin belirledikleri içinde özgür olmaktadır. Ama sadece bunlarla kısıtlı kalmayıp, ajansın genel çizgisi, ajans yöneticisinin yönlendirmeleri ve özel tercihleri, müşteri ilişkilerinin yeterlilik düzeyi, medyanın dayatmaları, prodüksiyon engeller, zamanlama sorunları, bilgi edinme, arşivlere ulaşma gibi pek çok etken özellikle Türkiye gibi ülkelerde reklam yaratıcısının alanını daraltmaktadır. Reklam sektöründe reklam yaratıcısı ve grafiker, en hızla tüketilen birer malzeme olmaktan kurtulamamaktadır (Soyer, 2000: 24).

Yaratıcı insan, yeniye karşı tutku duyan, kendisini çevreleyen gerçeklikte huzur bulamayan, yer ve zaman içinde olan varlığının sınırı ve çevresini, hatta kendi gerçekliğinin sınırını aşmak ve kırmak için çabalayan “dünyaya açık” olan bir varlık olarak görülmektedir (Sungur, 1992: 84).

Yaratma, bitmek bilmeyen kişisel bir serüven olarak tanımlanmaktadır. Her reklâmcı araştırmaya zaman ayırmalıdır, zaten bundan zevk alması da beklenmektedir. Çünkü yaratmanın, yeniden yaratmak demek olduğu bilinmektedir (S’egue’la, 1997: 15-18). İnsanın yaratıcılığı eğitim ile geliştirilebilir olduğunun yanı sıra yaratıcılığın hiçbir şekilde öğretilbilecek bir şey olmadığına inananlar bulunmaktadır (Kocabaş ve Elden,1997: 88). Aslında yaygın bir kanı, yeteneğin geliştirilebilir ancak, yaratıcılığın doğuştan geldiği yönündedir. Ancak yaratıcı kişiden, yaratıcılığını devam ettirebilmesi için, kendisini sürekli yenilemesi de beklenmektedir.

Barry, yaratıcı kişileri, ‘iyi bir mizah gücüne, güçlü bir imajinasyona sahip ve insanlarla derinlemesine ilgilenen ayrıca onları motive eden şeyleri iyi analiz edebilen kişiler’ olarak tanımlamaktadır. Zihinlerinin edebiyat, sanat, tarih, müzik, bilim ve politika gibi pek çok konuda dolu olduğunu iddia etmektedir. Diğer insanların göremediği bağlantıları görebildiklerini, bazı şeyleri değiştirebilme ve alışılmadık bir bakış açısıyla değerlendirme kabiliyetlerine sahip olduklarını, ayrıca görünenin altında yatanları kavramak ve olağan olan şeylerdeki güzellikleri bulmak gibi bazı özelliklere de sahip olduklarını belirtmektedir (Kocabaş ve Elden, 1997: 89).

Reklâm yapmakta yaratıcılığın rolü reklâm verenin hedeflerini desteklemektir. Çok yaratıcı olmanın, reklâm sürecinde yaratıcı tarafın reklâmın gerçek amacının yerini tamamen almasına izin vermenin büyük tehlikesi bulunmaktadır (Ramacitti, tarihsiz : 129). Bu nedenle bazen reklâmı aşan tasarımlara dikkat etmek gerekmektedir.

Yaratıcılığın, reklâmın esası ve reklâmcıda bulunması gereken en önemli özelliklerden birisi olduğu bilinmektedir. Ancak anlaşılacak kaydıyla olması

gerekmektedir. Çünkü, zor olanı basit yakalayabilmektir. Sonuç olarak; yaratılan reklâm anlaşılıyorsa yaratıcı olarak değerlendirilmemektedir (Hürel, 2000: 14).

Gerçekte bir çok reklâmın hedef kitle üzerinde beklenen etkiyi yapmamasının altında yatan nedenin, izleyicilerin verilen mesajı doğru olarak anlamamasından kaynaklandığı bilinmektedir. Bu nedenle bir reklâm mesajının hedef kitle tarafından doğru anlaşılmasına büyük önem verilmesi gerekmektedir (Teker, 2002: 145). Burada tartışılan konu reklâmda yaratıcılıktır, oysaki sanatsal yaratıcılık böyle bir kaygı taşımamaktadır. Reklâm grafiğini sanatsal grafik tasarımlarından ayıran fark da burada bulunmaktadır. Çünkü reklâm sektöründe anlaşılmayan yaratıcı bir fikir, amacına ulaşmamaktadır. Sonuca ulaşılmayan reklâm da başarılı olarak kabul edilmemektedir.

1.3. Grafik Tasarım Kavramı

Grafik Tasarım; “işaret ve sembollerini seçme veya yaratma ve bunları fikir iletmeye kaygısı ile bir yüzey üzerinde düzenleme işidir” (Ertep, 2004: 55). Ebru Gündem de grafik tasarım için, anlatılmak istenen konunun etkili, bilgi verici ve estetik bir biçimde sunulmasını sağlayan görsel bir araç olduğunu söyler (Gündem, 1995: 119). Emre Becer ise; grafik tasarımın görsel bir sanat olduğunu, birinci işlevinin de bir mesaj iletmek ya da bir ürün ya da hizmeti tanıtmak olduğuna işaret eder (Becer, 2002: 33). Yapılan bu tanımlar ile grafik tasarımın, sanatsal öğeleri kullanarak bilgi ileten bir iletişim biçimi olduğunu söyleyebiliriz.

Grafik tasarım, kendi içinde pek çok ihtisas alanlarına sahip, yoğun teknik ve uzantıları olan, her geçen gün yeniliklerin kazanıldığı dinamik bir görsel iletişim dalı olmaktadır (Uçar, 2004: 156).

İletişim insanlar için kaçınılmaz bir gereksinimdir. İletişim, grafik tasarımın hayati unsuru olarak görülmektedir. Aslında grafik tasarımı bu denli ilginç, önemli, dinamik ve çağdaş kılan da, iletişime yönelik en etkin öğelerden biri olmasından kaynaklanmakta (Ketenci ve Bilgili,2006: 279) olduğunu belirtirler.

Grafik tasarım, bütün sanat alanları arasında en evrensel olanıdır. Grafik tasarım, her yerdedir; açıklar, dekore eder, tanımlar ve dünyaya anlamlar kazandırır.

Grafik tasarımcı yazar Jessica Helfand, grafik tasarımın popüler, uygulamalı ve eski bir sanat olduğunu ifade eder. Helfand'a göre, grafik tasarım, düşüncelerin görselleştirilmesidir. Thames and Hundson Grafik Tasarım ve Tasarımcılar ansiklopedisinde grafik tasarımın; tipografi, illüstrasyon, fotoğraf ve baskıyı ikna, bilgi ve öğreti amaçlı kullanan bir aktivite olduğu anlatılır (Dülgeroğlu ,2006: 46). Grafik tasarım ile düşünceler görselleştirilirken iletişim kurma amacıyla güdülür. İletişim kurmayı hedefleyen grafik tasarım hedef kitlesi ile ortak bir dil oluşturabilmelidir. Grafik tasarım, sanatların içinde 'aynı anda her yerde olandır. Yani, aynı anda kişiye ve genele özel olan ihtiyaçlara cevap verir; hem ekonomik hem de ergonomik kaygıları barındırır, sanat ve mimari, felsefe ve etik, edebiyat ve dil, bilim ve politika ve performansın da içinde bulunduğu birçok alandan bilgi edinir (Helfand,2010).

Helfand grafik tasarımın, popüler ve pratik bir sanat olduğundan ve bu sanatın uygulamalı olup eski zamanlara ait olduğundan bahseder. Grafik tasarımın, sözcüklerin, resimlerin, sayıların, şekillerin, fotoğrafların ve illüstrasyonların, bu öğeleri belirleyici, faydalı, neşeli, şaşırtıcı, yıkıcı ya da hatırlanmaya değer bir şey ortaya çıkacak şekilde düzenleyebilen, özellikle düşünceye dalmış bir bireyin net düşünce yapısını gerektiren karmaşık bir kombinasyondur. (Helfand, 2010).

Seval Dülgeroğlu, görsel iletişim dili oluşturan grafik tasarım ürünlerinin üretim ve tüketim süreçlerinin sosyal, kültürel ve psikolojik boyutlarını grafik tasarımda yaratıcı süreç; izleyiciye yönelik bir görsel dil oluşturma ve grafik tasarım ürünlerinin sosyal arenadaki tüketim süreci olmak üzere üç aşamada incelemiştir (Dülgeroğlu , 2006: 47- 48):

- Grafik tasarımın yaratıcı süreci içerisinde tasarımcının içinde bulunduğu sosyo-kültürel ve psikolojik çevre, onun grafik yaratıcılığını yönlendirirken, oluşturduğu grafik tasarım ürününü de etkiler.
- İzleyiciye yönelik görsel bir dil oluşturma aşamasında ise; grafik tasarımda fikirler ve mesajlar ifade edilirken, ortak bir iletişim sağlamak için izleyicinin yapısına uygun öğeler ve görsel kısa yollar kullanılır.
- Grafik tasarım ürünlerinin sosyal arenadaki tüketim sürecinde, tasarımların kültürel, sosyal, politik ve ekonomik atmosfer ve olaylarla ilişkilendirilmesi ve bu olgulardan oluşan çeşitli kodlar içermesi nedeniyle; izleyici,

tasarımla kurduğu iletişimde bu olguların kodlarını kendi, kişisel ve kültürel bilgi, birikim ve deneyimleri çerçevesinde deşifre eder, çözümler ve mesajı algılamakta kullanır.

Emre Becer de yukarıda geçen benzer ifadeleri kullanarak grafik tasarımın, gönderici ve alıcı arasında süregelen bu iletişim ya da alışverişte, iletilen kavram hakkında alıcının düşünce, duygu, tutum ve bilgisini değiştirmeyi ya da yeniden oluşturmayı hedeflediğinden bahseder (Becer, 2002: 39).

Grafik tasarım insanlar arasındaki iletişimin sağlıklı olabilmesi için vardır. İletişim, insanın biyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarını gidermek için sahip olduğu en temel özelliktir. Çevremizdeki her Şey ileten ve iletilen bireyler arasında ifade edilmeyi ya da anlaşılmayı bekler

1.4. Reklamda Grafik Tasarımın nemi

Reklmde yaratıcılığın önemli bir unsur olduğu bilinmektedir. Çünkü mesajın nasıl verildiğinin önemli olduğu gibi, ilginç ve dikkat çekici olması da reklâm etkinliği açısından önem taşımaktadır. Reklâmın iyi bir yaratıcısının olması gerekmektedir. Reklâm sektöründe iyi bir yaratıcılığa sahip grafik tasarımcılarına bu nedenle büyük görev düşmektedir.

Yaratıcılıktan nasibini alamamış bir reklâmın da asla iyi bir reklâm olmayacağı bilinmektedir (ifti, 1994: 10). İyi bir reklâm için ajanslarda "grafik tasarım" eğitimi almış kişilerin çalışması gerekmektedir. Aslında reklâm ajanslarında eğitim almamış kişilerin çalıştırılması "reklmde yaratıcılığın" göz ardı edilmesinden kaynaklanmaktadır. (zmen 2006: 29).

Reklmde yaratıcılığın "fikir" temelinde olduğu düşünüldüğünde, grafik tasarım, bu fikrin aktarılmasında en doğru araç olarak görülmektedir. Dolayısıyla grafik tasarım reklâm fikrinin gücü oranında başarılı olabilmektedir (Mısırlıoğlu, 1994: 9).

“Toplumsal kültürün görsel anlatım ve iletişim biçimlerine uyum sağlayamaması, basılı iletişim teknolojisinin ülkemize oldukça geç girmiş olması, grafik tasarım eğitiminin daha emekleme döneminde (Becer, 2002: 112)”, olması gibi nedenlerden, Türkiye'de grafik tasarımının gelişmesi için biraz daha zamana ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Reklâm sektöründe grafik tasarımın yavaş gelişmesi, ajanslarda grafik tasarımından anlayan tasarımcıların çalıştırılmasını da olumsuz yönde etkilemektedir.

Gelecekte, tasarım eğitimi almış, grafik tasarım problemlerine kavramsal açıdan yaklaşabilen ve reklâmda grafik tasarımın önemini anlayan genç grafikerler sayesinde, reklâm sektörünün daha da gelişerek kendini duyuracağına inanılmaktadır. (Özmen 2006: 29)

1.5. Reklamcı ve Reklam Ajansı

Reklâmcının "Bakmak" ile "Görmek" arasındaki farkı bilmesi gerekmektedir. Görme, değerlendirme, analiz etme ve sonra da verileri kendisine gerekli olan alana kanalize edebilmesi önem taşımaktadır. Çünkü reklâmcıdan hiç beklemediği bir ürünün veya hizmetin reklâmını yapması her an istenebilmektedir. Reklâmcıdan, eleştirilere açık olması ve kuvvetli tahmin yeteneğinin yanı sıra, hem akıllara, hem de hislere hitap etmesini iyi bilmesi beklenmektedir (Çivrilili, 1993: 29).

Reklâmcılığın özünün yaratıcılık olduğu bilinmektedir ve yaratıcılığın, sektörde çalışan herkesin temel misyonu olması gerektiği düşünülmektedir. Reklâmda yaratıcı olabilmenin altın kuralı dikkat çekici olabilmektir. İzleyicinin dikkatini çekebilmek içinse beklenmeyeni yapmak gerekmektedir. Ogilvy, "Başarının anahtarı tüketiciye bir yarar vaat edebilmekte yatar" diyerek reklâmcılara "Yapacağımız en önemli iş, ürün hakkında ne söyleyeceğiniz, ne gibi yararlar vaat edeceğinizdir" sözleriyle öğüt vermektedir (Cavlaz ve Yeşilyurt, 2000: 29).

Yaratıcılık, zihinde varolan iki ya da daha fazla kavramı yeni kombinasyonlar şeklinde formüle etme kabiliyeti olarak tanımlanabilir (Kocabaş ve Elden, 1997: 88). Ancak anlaşılmak kaydıyla, yaratıcılığın reklâmın esası olduğu, reklâmcıdan beklenen en önemli özellik olduğu bilinmektedir. Çünkü reklâm, istediği kadar farklı tasarımdan oluşsun, anlaşılmıyorsa yaratıcı olarak düşünülmemektedir (Hürel, 2000: 14).

Özde satın almaya yönelik bir iletişim faaliyeti olan reklâmcılık, en yalın ifadeyle insanları belirli bir amaç doğrultusunda harekete geçirme sanatı olarak tanımlanabilmekte ve kişilerdeki zevklerden, eğilimlerden hareket ederek onlara belirli bir ürün ya da hizmeti satın aldırabilmeyi amaçlamaktadır. Salt bu satın almanın gerçekleşebilmesi bile ilk aşamada izleyicinin ürün ya da hizmetin reklâmına yoğun ilgi göstermesini gerektirmekte ve yaratıcılığı reklâm sektörü açısından vazgeçilmez kılmaktadır (Gürel, 1999: 443).

Reklâm yaratıcısı reklâm verenin bütçesi, hedefi, hedef kitlesi, ürünün/hizmetin belirledikleri içinde özgürdür, yani reklâm yaratıcısı, kendisine çizilen sınırın içinde serbestçe dolaşabilmektedir. Bunun yanı sıra, ajansın genel çizgisi, ajans yöneticisinin yönlendirmeleri ve özel tercihleri, müşteri ilişkilerinin yeterlilik düzeyi, medyanın dayatmaları, prodüksiyondaki engeller, zamanlama sorunları, bilgi edinme, arşivlere ulaşamama gibi pek çok etken reklâm yaratıcısının düşünme alanını daraltmaktadır (Soyer, 2000: 24).

Reklâmcıların, kendi kendini yetiştirmeye çalışan özverili kişilerden oluşması beklenmektedir. Çünkü mesleğin gelişmelerinden haberdar olması, çağının yeniliklerini yakalamaya çalışması gerekmektedir. Reklâmcıdan, abartısız, aldatmacasız toplum değerleri ile zıtlaşmayan reklâmlar üretmesi istenilmektedir (Çivrilili, 1993: 31). Reklâmcının serbest çalışmıyorsa, bütün bunları yapabilmesi için, iyi bir reklâm politikası yürüten bir ajansta çalışması gerekmektedir. Ayrıca çalıştığı ajansın huzurlu olması, tasarımcının verimini de arttırmaktadır. Bu nedenle, reklâm ajanslarından, tasarımcıların fikirlerini özgürce ortaya koyabileceği ortamların oluşturulması beklenmektedir. (Özmen 2006: 30).

Müşterileri adına reklâmları hazırlayan ve medya ile müşteri işletme arasında aracı konumunda yer alan reklâm ajansları, reklâm hazırlamak ve ortaya koymak üzere toplanmış uzmanların bulunduğu ve çeşitli müşterilerin konuyla ilgili sorunlarını çözümlerini arandığı organizasyonlar olarak tanımlanmaktadır. Reklâm ajansları, bir yandan işletmelerle, diğer yandan bir veya daha fazla sayıda medya kuruluşlarıyla etkileşim içinde bulunmaktadır (Yaylacı, 1999: 90).

Reklâmcılık, esneklik gerektiren bir meslek olarak görülmektedir. Ajans içindeki yetki ve sorumluluklarsa, işin özelliğine bağlı olarak değişebilmektedir. Bazen dışarıdan bir metin yazarı görevlendirilmektedir. Reklâmcı, müşterinin isteği ile tasarımcının düşünce ve duyarlılığını bir noktada buluşturmak zorunluluğunu taşımaktadır. Reklâm ajansları, bir ürün ya da hizmetin tanıtım faaliyetini yürütecek bilgi ve yeteneğe sahip uzmanların oluşturduğu topluluklardan oluşmaktadır. Ajanslar, boyut ve hizmet kapasitesi açısından büyük farklılıklar göstermektedir (Becer, 2002: 225).

Reklâm ajansları, bir reklâmda hedef kitleyi; reklâmda verdikleri mesajla ulaşmaları gerektiğini hissettikleri grup ve normalde bir veya iki tanesine ulaşmayı arzu ettikleri grup olarak iki kategoriye bölmektedir (Ramacitti, tarihsiz: 45).

Reklâm ajansları tam hizmet ajansları ve sınırlı hizmet veren ajanslar olmak üzere ikili bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Tam hizmet ajansları kampanya ve strateji ile ilgili danışmanlık, medya seçimi, araştırma, ambalaj geliştirme, bütçe saptama, aracı toplantıları, satış eğitim programları ve diğer pazarlama iletişimi programların eşgüdüm ve yürütülmesine yardımcı olmaktadır. Sınırlı hizmet veren ajanslarsa, reklâm verenlerin veya reklâm ajanslarının kendi içlerinde yapmadıkları ya da yapmak istemedikleri konuları modüler esasa göre üstlenen, genellikle belirli alanlarda uzmanlaşmaktadır. Bunlardan başlıcaları, yaratıcı butikler, doğrudan pazarlama araştırması şirketleri, ambalaj dizayn firmaları, video prodüksiyon şirketleri, danışmanlık şirketleri, profesyonel reklam fotoğrafçıları ve basım işiyle uğraşan şirketler olarak sıralanmaktadır (Kocabaş ve Elden, 1997: 153).

2. BÖLÜM

TÜRKİYEDE GRAFİK TASARIM EĞİTİMİ

VE MESLEK KURULUŞLARI

2.TÜRKİYEDE GRAFİK TASARIM EĞİTİMİ

Grafik tasarım eğitiminin ülkemizdeki geçmişini incelerken daha geniş bir yelpazede plastik sanatlar eğitiminin ülkemizdeki geçmişinden köşe taşlarına göz atmak faydalı olacaktır.

2.1. Tasarım Bilinci ve Grafik Tasarım Eğitiminin Önemi

“Uyku saatleri dışında hayatımızın her anında grafik tasarımla iç içe yaşıyoruz diyebiliriz” (Karamustafa, 2003: 58) yaklaşımı bu konuya dikkat çeken çarpıcı bir örnektir. Grafik tasarım konusunda gelişmiş bir eğitim ve mesleki faaliyet ortamının bulunduğu ülkeler söz konusu tasarım ürünleriyle kültür hayatı içinde kendilerine saygın bir yer edinebilirler. Bu konuda ilerici bir anlayışla çalışmak bu alanda görev yapan herkesin görevidir. Bugün ülkeler siyasi yapılanmalarını, kültürel etkinliklerini, turizm zenginliklerini hep grafik tasarımın seçkin örnekleriyle kendi dışındaki ülkelere tanıtmak ve benimsetmek çabası içindedirler.

Sadece tasarım boyutundan yaklaşarak grafik sanatlar alanını ihmal ederek bu konuda bütünlüklü bir gelişme ortamının yaratılması mümkün değildir.

Kültürler kendilerine has ifade biçimlerine sahiptirler. Sanatın ve tasarımın genel ilkeleri evrensel bir nitelik taşımakla birlikte coğrafyalara, yaşam alışkanlıklarına, iç dünya ve duygulanım farklılıklarına göre her kültürün adeta imzası niteliğini taşıyan farklılıklar, çağımızda giderek önem kazanmaktadır. Grafik sanatlar ve tasarım konusunda ulusal bir bilinçle işler üretebilmek tarihe ve kültürel değerlere yaslanmış bir anlayışı benimseyebilmek güven duygusunu pekiştireceği gibi bu doğal eylem sonucunda ortaya çıkacak ürünler de sanatçı ve tasarımcılarımızı uluslararası platformda çok daha saygın bir noktaya taşıyacaktır. Çok farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış bir coğrafya üzerinde yaşamının

avantajlarını kullanmak, geçmişten günümüze gelen ve her biri olgunluk dönemlerinde ideal örneklerini veren sanatların biçim dillerini kavramak ve bu duyuş ve algılayış özelliklerini yeniden yorumlayarak çağdaş işler üretmek temel ilke olmalıdır. Grafik sanat ve tasarım ürünlerinde bu türden bir ulusal kimliği yaşatmak önemsenmelidir. (Armutçu, 2006: 43)

Yaşamı ve sanatsal çalışmalarından kısaca söz edilen, grafik tasarımın önemli sanatçı ve kuramcılarında Sait Maden'in yetkinlikle ifade ettiği düşüncelerini, konuya getirdiği açıklık bakımından burada anmak faydalı olacaktır.

“Kendi yaşam temellerini yine kendi düşünce, yaratma ve bulgu ürünleriyle, kendi değer yargularıyla çözümleyip kuramayan toplumun her sanat dalı gibi grafiği de köksüz olacaktır.” “ Türk grafikçisi yeni bir ‘a’ harfi, yeni bir ‘b’ harfi çizerken ona kendi ulusunun biçimleme gücünün damgasını vurmaya zorundadır” (Maden, 1985: 14)

İslam dininin resim yasağı, yüzyıllar boyunca sanatçıları natüralist resim anlayışının uzağında tutmuştur. İslam inancı öldükten sonraki hayatı yüceltip, yaşadığımız dünyayı geçici olarak niteler. Hiçbir zaman yazılı kaynaklarda dünyayla ilgili işler ertelemeye, hafifsemeye ve boş vermeye bırakılmamıştır ancak yine de batılı toplumlar dünyada yurtlanmak ve yaşanılan hayatı geliştirip kolaylaştırmak adına daha ısrarlı ve kararlı olmuşlardır. Varoluş sebepleri arasındaki bu temel fark; düşünceyi, his dünyasını ve haz duyma özelliklerini de belirlemiştir. “Biri tabiatla gerçeği arıyor, öteki gerçekten arınmış olan tabiatı; bir anlık görünüşü değil değişmeyen özü vermek istiyor.” (İpşiroğlu, 2005: 25) bu sözlerde Türklerin her çağda hacim duygusu yaratmak için çizgisel özelliklerden yararlanmaya çalıştıkları eksiksiz bir biçimde ifade edilmiştir.

Minyatür, hat, tezhip ve ebru gibi sanatların tamamı yüzeye bağlı sanatlardır ve bu yanlarıyla gereksiz detaylardan kurtulmuş ve soyutlanmış bir ifadeye sahiptirler. Halı ve kilim motiflerindeki geometrik hayvan ve bitki soyutlamaları (her ne kadar dokumanın olanakları devreye girse de) yine bu soyutlama geleneğinin olgun örneklerinden sayılabilir.

Bu noktada Batılı anlamda resim geleneğinin ülkemizde yaygınlaşmasına öncülük eden kurumlardan Mühendishane’de verilen resim dersleriyle ilgili olarak yapılan bir değerlendirmeye göz atmak faydalı olabilir Resimde hacim duygusu yaratma ve bu sanata dair sağlam plastik değerlere ulaşmaya yöneldiği varsayılan bu ilk deneyimlerin bile Batı insanının resmi oluşturan unsurlara yaklaşımıyla bize has bakış arasındaki farkı ortaya koyar bir nitelikte algılanabileceğini gösterir. (Bektaş 2003: 84) Batılı anlamda gerçekçi bir resim sanatı eğitimi olarak değerlendirilenin, esasen rasyonel ve matematiğe dayalı bir perspektif anlayışı olduğu ve mühendis yetiştiren bir eğitim kurumunun müfredatına da sanat içerikli bir resim bilincinin yerleşmesi amacıyla konmadığını savunan bu görüş, bu dönemin gayretlerini sanatsal bir çaba olarak değil daha çok görsellik teknolojisiyle ilgili değişimler olarak kavramaktadır. Görme biçimlerinin oluşması konusunda tarihsel birikimlerimizin envanterinin tutulmadığını, bu alanın tümüyle karanlık olduğunu ve sadece batılı anlamda natüralist resim çerçevesinden bakılarak aydınlanamayacağını savunan bu görüş, alışık olmadığımız bir bakış açısını önermektedir. (Bektaş 2003: 85) Karanlık olan bu görsel teknoloji alanı aydınlatıldığında soyutlama geleneğinin çeşitli teknik ve malzeme farklılıklarıyla çeşitlenmiş, güçlü bir tarihsel mirası ortaya koyacağını çağrıştırmaktadır. Ya da en azından onun üzerine inşa edilen batılı anlamdaki resim geleneği bağlamının sağlamlığını tartışmaya açmaktadır.

Bu tarihsel gelişimin ışığında hacim duygusunun egemen olduğu batılı anlamda resim geleneğine oranla yüzeye bağlı sanat geleneğinin çok daha köklü ve görsel dili şekillenen bir gelenek olduğunu savunmak mümkün olabilir. “Minyatürlerdeki soyutluk anlayışı da günümüz çağdaş tasarımlarında yer alan soyutluk yaklaşımlarından çok uzağa düşmemektedir.” (İncilay: 2002: 46) görüşü bu noktada önem kazanmaktadır. Minyatür sanatını grafik tasarımın ülkemizdeki gelişiminde bir orjin olarak kabul etmek bir hayli güçtür. Bu güçlük grafik tasarım tarihimizle ilgili çok sınırlı sayıdaki yaklaşımın genellikle matbaanın kurulması ya da Cumhuriyetin ilanı gibi dönüm noktalarıyla ilişkilendirilmesidir.. Ancak ilgili teori, grafik tasarımda ulusal bir stile kaynaklık edebilecek güçte bir birikime işaret etmektedir. Yöntem açısından bir çözümleme, grafik tasarımcının da mesajını en dolaysız yolla iletebilmek için sıklıkla soyutlama unsurundan faydalandığını ortaya koyar.

Grafik tasarım eğitimi veren güzel sanatlar fakültelerinde eğitim gören öğrencilerin mesleki yaşamlarında reklam ajansları bünyesinde firmaların gereksinimlerine yönelik işler yapan tasarımcılar olmanın yanında, yukarıda kısaca değerlendirmesi yapılan özgün ve ulusal bir kimlikte işler üretmek için de donanımlanmaları, toplumun estetik beğenisi üzerinde olumlu yankılar bulabilir. Zira grafik tasarımı ürünleri plastik sanat sergilerini izleme geleneği yeterince gelişmemiş toplumumuzda görsel unsur olarak çok daha fazla göz önünde bulunan ve ilişki kurulan enstrümanlar durumundadır. Bir dükkan tabelasının, bir düğün davetiyesinin beğenilmemesi, sıradan bulunması gibi değer yargıları sadece moda kavramında değil bu konulardaki birikimlerde de saklıdır. Öte yandan eğitim fakültelerinin ilk ve orta öğrenime öğretmen yetiştiren bölümlerinde kayıtlı, yeni nesillerin beğeni ve alışkanlıklarını biçimleyecek ya da öğretim yöntemleri konusunda atılımlar yapacak öğretmen adaylarının da grafik sanatlar ve tasarım konularında birikim sahibi olması önem arz etmektedir.

Kitap tasarımı ya da illüstrasyon konularında uzmanlaşacak, profesyonel meslek hayatında yayıncılığı kendine bir kariyer olarak belirleyecek genç tasarımcılar ya da grafik sanatçıları da bilginin kazanılmasında metinlere destek olacak resimler ve şekillerin, kitap düzenlemelerinin hatta kağıt ve renk seçimlerinin bile eğitimin kalitesinde büyük roller oynayacağını bilincine sahip olmalıdırlar. Çünkü bir resim kitabını da bir matematik kitabını da biçimleyen tasarımcı ve yayıncıdır. Bu konularda eğitimcilerle eşgüdüm sağlamanın büyük faydaları vardır.

Çevresel grafik tasarım uygulamalarında uzmanlaşmış tasarımcıların yine bilginin doğru iletilmesi konusunda toplum hayatında önemli bir yeri vardır. Bireylerin yaşadıkları çevrede bir yerden bir yere giderken yönlendirilmeleri yanında mümkün olan en fazla ve doğru bilgiyi edinmelerini hedef alan bu uzman tasarımcıların toplumun eğitim düzeyindeki rolleri küçümsenemez. En küçüğünden en büyüğüne toplumu oluşturan tüm fertlerin eğitim ve estetik beğenileri üzerinde bu kadar etkili bir hale gelmiş olan tasarım unsurlarının gerek eğitim fakültelerinde gerekse güzel sanatlar fakültelerinde en doğru ve etkili biçimde kullanılması grafik sanatlar ve grafik tasarımın eğitimdeki öneminde değinilecek başlıklardan sadece birkaçıdır.

2.2. Güzel Sanatlar Fakülteleri

Grafik tasarımın günümüzde geçerli bir meslek olarak kabul görmesine ve kariyer vadetmesine bağlı olarak bu alanda eğitim veren kurumların sayısında gitgide bir artış yaşanmaktadır. Devlet ve vakıf üniversitelerin ilgili fakültelerinde kurulan grafik tasarım bölümleri, bu alanda profesyonel çalışma hayatının ihtiyaç duyduğu kişileri yetiştirme görevini sürdürmektedir.

Ancak bugün grafik tasarım kavramının gerektirdiği anlamda bir mesleki eğitimin ülkemizdeki geçmişinin uzun yıllara dayandığı söylenemez. Çok kaba bir zaman dilimi söz konusu edilirse bu alandaki hızlı gelişimin 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaşandığı söylenebilir. Gitgide büyüyen bir pazar olan ülkemizde faaliyet gösteren yabancı sermayeli firmaların sayılarındaki artış, bu firmaların iş yapma pratiklerinin çalışma hayatının içinde bulduğu yer, kurumsallaşmış büyük Türk firmalarının çalışma prensipleri, bütün bu kuruluşların pazarlama gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulan yerli ve yabancı sermayeli birçok reklam ajansı ve grafik tasarım stüdyoları ile bu alandaki istihdam ve buna bağlı olarak eğitim ihtiyacını hızlandıran etkenler arasında sayılabilir.

Sağlıklı bir temel sanat eğitiminin, grafik tasarımın kullandığı her türlü iletişim enstrümanları hakkındaki güncel ve sağlam bir bilginin yanı sıra, toplumsal ve kültürel bir bilincin de aşılmasını gerektiren grafik tasarım eğitimi; bu anlamda kavramsal temelleri güçlü, bilgi ve birikim sahibi bir kadroya ihtiyaç duyan, ayrıca teknolojik imkanların gerisinde kalmayacak yatırımlarla desteklenmesi gereken bir eğitimidir. Bu doğrultuda sayıları artış gösteren grafik tasarım bölümlerinin nitelikleri daha hassas bir biçimde gözlemlenmelidir.

Grafik tasarım ülkemizde tam olarak kavranmış bir disiplin değildir. Grafik tasarımın gereksinim duyduğu bir takım -masaüstü yayıncılık programlarını kullanmakta ehlileşmiş- kişilerin, sahip oldukları program bilgisiyle grafik tasarım kavramını birbirine karıştırmamak gerekmektedir. Bu alan içinde faaliyet gösteren profesyonel firma ya da tasarımcılar dışında piyasa içinde yetişen ve bilgisayar kullanımı ve çoğaltma teknolojileri konusunda uzmanlaşmış insanların da grafik tasarım ürünlerinin ortaya konmasında etkin bir rol oynadıkları, kimi matbaalar

bünyesinde bu kişilerin çalışabileceği ve müşteriyle direkt temas kurabileceği bilgisayar departmanlarının bulunduğu gibi realitelerden hareketle; grafik tasarım bölümü mezunu öğrencilerini mesleki hayatın içinde hem eksik yönlerini tamamlayabilecekleri olumlu, hem de mesleklerinin saygınlığını korumakta güçlük çekecekleri olumsuz bir takım deneyimler de beklemektedir. Ayrıca bu durum grafik tasarımcılarının profesyonel olarak çalışacakları alanı da ciddi bir biçimde daraltmaktadır. Bütün bunlar bu alandaki eğitim kalitesinin ne kadar önemli olduğunun göstergeleri niteliğindedir.

Bugün ülkemizde grafik tasarım eğitimi veren devlet üniversiteleri arasında;
(alfabetik sırayla);

Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Çukurova Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf ve Grafik Bölümü
Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü,
Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik
Tasarım Bölümü,
Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Yüzüncü Yıl Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü sayılabilir.

Bu konuda eğitim veren vakıf üniversiteleri arasında;
Atılım Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
Başkent Üniversitesi Güzel sanatlar Tasarım ve Mimarlık fakültesi
Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
Bilkent Üniv. Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Bölümü
Doğuş Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü
Haliç Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik bölümü

Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Sanatlar ve Grafik tasarım bölümü
İstanbul Arel Üniversitesi Grafik tasarım Bölümü
İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik tasarım Bölümü
İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi İletişim Tasarımı Bölümü
İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel iletişim Tasarım Bölümü
İzmir Ekonomi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel iletişim Tasarımı
Bölümü
Kadir Has Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü
Okan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi İletişim Tasarımı Bölümü
Sabancı Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi. Görsel İletişim Tasarımı
Bölümü
Yaşar Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik tasarım Bölümü
Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü sayılabilir.

2.3. Meslek kuruluşları

Grafik tasarım mesleğini profesyonel iş yaşamları için bir alan olarak seçmiş tasarımcıların bir araya gelerek oluşturdukları meslek kuruluşlarının ülkemizde grafik tasarım eğitime yaptıkları katkıları da burada kısaca özetlemek gerekmektedir. Bu kuruluşların oluşmasında etkin bir rol oynayan tasarımcıların aynı zamanda grafik tasarım eğitiminin verildiği okullarda öğretim görevlisi olmaları mesleki birikimin eğitim ortamında bir yansıma bulabilmesi açısından değer taşımaktadır. Bu kuruluşlar; mesleğin saygınlığını korumak, tasarımcılar arasında bilgi alışverişi ve dayanışma ortamını canlı tutmak, bu konuda faaliyet gösteren uluslararası kuruluşlarla irtibat halinde olup grafik tasarım ürünlerinin diğer dünya ülkelerindeki tanınırlığını arttırmak, grafik tasarımın kavramsal boyutu hakkında dünyadaki gelişme ve etkinliklerde söz sahibi olmak, düzenli olarak gerçekleştirilen eğitim programları ve etkinliklerle grafik tasarımın ülkemizde bir gündem oluşturmasını sağlamak gibi görevleri üstlenmektedirler.

2.3.1. Grafikerler Meslek Kuruluşu

Grafikerler Meslek Kuruluşu (GMK) 1978 yılında grafik tasarımın gelişmesi, tasarımcıların bir araya gelmesi ve haklarının korunması amacıyla kurulmuştur.

Derneğin kuruluş amacı tüzüğünün 3. maddesinde şu şekilde tanımlanmıştır: “Hakların birlikte savunulması ilkesi gereği, meslek mensuplarının güçlerini birleştirerek çağdaş koşullarda çalışmalarını, grafikerlik mesleğinin belirlenmesini, sınırlarının çizilmesini sağlamak; bu konularda gerekli kanun düzenlemeleriyle ilgili girişimlerde bulunmak, grafik sanatların ülkemizde gelişmesine, özgürleşmesine, kitlelere tanıtılmasına çalışmak.” (Grafikerler Meslek kuruluşu: 2010)

Derneğin kuruluş amacının maddeler halinde açıklandığı tüzüğün 4. maddesini oluşturan bölümden grafik tasarım eğitimine katkı sağlamayı hedefleyen maddeleri burada sıralamak yeterli olacaktır.

“Grafiker ünvanlı meslek elemanı yetiştiren yüksek öğrenim kurumlarındaki öğrencilerin mesleğe hazırlanma sorunlarının belirlenmesi ve çözümlenmesi için dernek olarak girişimlerde bulunulması,

Grafiker ünvanlı meslek elemanı yetiştiren yüksek öğrenim kurumlarındaki öğrencilerin mezuniyet öncesi ve sonrasındaki iş bulma ve çalışma sorunlarının çözümlenmesine yardımcı olunması. “Yardımcı grafikerlik”in ücret, sigorta ve çalışma koşulları bakımından çağdaş esaslara bağlanması,

Grafik sanatlar alanında konferans, seminer ve diğer eğitici programların düzenlenmesi, bu konuda düzenlenecek çalışmaların dernek olarak denetime alınması, düzenlenmesine aracı olunması ve bu konularda yüksek öğrenim kurumlarıyla birlikte programlar düzenlenmesi,

Grafik sergileri açılması ve açılan sergilere katılımların sağlanması; dernek adına periyodik yarışmalar düzenlenmesi, grafiğin, çeşitli dallarında ve grafik sanatların gelişmesinde başarılı üyelerin ödüllendirilmesi, basın yayın organlarına duyurulması”. (Grafikerler Meslek kuruluşu: 2010)

GMK, kuruluşundan bu yana gerçekleştirdiği etkinliklerle tasarımcıları sanayicilerle buluşturmaya çalışmaktadır. Her yıl düzenlediği Grafik Ürünler Sergisi'nde, o yıl içinde üretilen grafik ürünleri sergileyen ve ödüllendiren GMK, 1993 yılından beri Uluslararası Grafik Tasarım Dernekleri Konseyi - ICOGRADA (International Council Of Graphic Design Associations)'nın da üyesidir. (Grafikerler Meslek kuruluşu: 2010)

2.3.2. Reklamcılar Derneği

Reklamcılar Derneği, ekonominin ve toplumun değişen ve gelişen ihtiyaçlarını reklamcılık ve pazarlama haberleşmesinde karşılayabilmek amacıyla birleşen; kar amacı taşımayan bir meslek kuruluşudur.

“Reklamcılığı Geliştirme Derneği” adı altında kurulan ve mesleğin sorunlarının belirlenip tartışmaya açılmasına olanak sağlayan dernekten sonra, 1980’li yılların başında hızlandırılan çalışmalarla 8 Ekim 1984 yılında “Reklamcılar Derneği” kurulmuştur. 3 Şubat 1987 tarihinde ise Bakanlar Kurulu kararı ile Reklamcılar Derneği, Avrupa Reklam Ajansları Birliği EACA ile işbirliği iznini almıştır. Reklamcılar Derneği'nde ülkemizin önde gelen ve reklam iş hacminin yaklaşık %85'ini gerçekleştiren 83 tüzel kişi ve 35 gerçek kişi üyesi bulunmaktadır. (Reklamcılar Derneği: 2010)

“Türkiye’deki reklam ajanslarının mesleki kuruluşu olan Reklamcılar Derneği'nin kurumsal amacı, Türkiye’de reklamcılık mesleğinin ve reklam ajanslarının gelişerek ve güçlenerek devamını sağlamaktır. Reklamcılar Derneği bu amaç doğrultusunda;

- Reklam kurumunun saygınlığını korur ve yükseltir,
- Reklamın iletişim etkinliğini ve yatırım verimliliğini korur, artırır,
- Reklam pazarını nitel ve nicel olarak geliştirir,
- Reklamın anayasal bir hak olan ifade özgürlüğünün ticari alanda kullanılması olduğunu savunur.

Reklamcılar Derneği, bunları uygulamada;

- Reklamın Türkiye ekonomisinin işleyişinde vazgeçilmez bir görev yaptığını,

her fırsatta somut gerçeklerle sergiler, böylece toplum için yararlı olduğunu gösterir,

- Reklamda özdenetimin etkin biçimde benimsenip işlemesi için çaba gösterir,
- Reklamın devlet ve kamuoyu önünde sözcülüğünü yapar,
- Reklam verenlerle ve onların meslek kuruluşlarıyla işbirliği yapar,
- Medya kuruluşlarıyla (ve onların oluşan meslek örgütleriyle) işbirliğiyle reklam ajanslarının ticari çıkarlarını korur. ” Dernek tüzüğüne mesleki uygulamalar bölümünde ele alınan: “Reklamcılık ile ilgili konulara ilişkin olarak yurt içinde forum, seminer, konferans gibi çeşitli çalışma toplantıları yoluyla üyeler ve toplumun ilgili kişileri arasında haberleşmeyi, bilgi alışverişini ve elde edilen tecrübelerin amaçlar doğrultusunda ortak kullanılmasını sağlamak; uluslararası alanda düzenlenen bu tür toplantılara katılmak, Gençlerin iletişim mesleğine ilgi duymalarını teşvik etmek, Reklam konusunda eğitim, öğretim ve bilgilendirmeye yardımcı olmak” gibi amaçlar, bu derneğin reklamcılık konusundaki eğitim amaçları hakkında bilgi vermektedir. (Reklamcılar Derneği: 2010)

2.3.3. Reklamcılık Vakfı

Reklamcılık Vakfı (RV), 1998 yılı sonunda Reklamcılar Derneği ve üyeleri tarafından kurulmuştur. Vakfın kuruluşunda etkili olan nedenler; reklam sektörünün ulaştığı büyüklük ve gelişmişlik düzeyi ve dernekler yasasındaki kısıtlamalardır.

Türkiye’deki reklamcılık mesleğinin saygınlığını korumak, yükseltmek ve bu süreçte ihtiyaç duyulacak kaynakları yaratmak Reklamcılık Vakfının misyonudur. (Reklamcılık vakfı: 2010)

3. BÖLÜM

GRAFİK TASARIMCILARIN BAŞLICA SORUNLARI

3.1 Grafik Tasarımda Özgünlük Sorunu

Grafik tasarımcıların karşılaştığı en büyük sorunlar arasında sayabileceğimiz tasarımlarının başka tasarımcılar tarafından aynen ya da çok az bir şekilde değiştirilip farklı ürünlere uygulanması, tasarımda özgünlük sorununu da beraberinde getirmektedir. Elbette grafik tasarımcılar tasarımlarını yaparken başka tasarımlardan esinlenirler, ilham alırlar dünyada yapılmış çeşitli tasarımları takip ederek ufuklarını genişletebilirler.

Öncelikle şu soruyu sormakta fayda vardır esinlenmek kopyalamak taklit etmek midir?

Esinlenme, adından da anlaşılacağı üzere bir çizgi/obje/renk/sembol vb çalışmanın size başka bir çağrışım yaptırmasıdır. Örnek olarak Ziraat bankasının başağı sadece o bankaya özgü bir sembol değildir. Başak uluslararası bir kavramdır. Astrolojik burç sembollerinde bile vardır. Dolayısıyla her başak çalışması Ziraat Bankası amblemini hatırlatmamalıdır. Burada başak formunu ne şekilde yorumladığınız önemlidir. Bunu Ziraat Bankası logosundaki gibi çözümlerseniz yani çizerseniz bu esinlenme değil kopyalama/türetmedir. (<http://www.grafikerler.org/grafiker-ve-egitim/> - erişim tarihi 15 Mayıs 2010)

Kopyalama ya da türetme tasarımın özgünlüğünü de ortadan kaldırmaktadır. Günümüzde maalesef dünyaca ünlü reklam ajansları dahi tasarımlarının bir kısmını özgünlükten uzak kopyalama yoluyla oluşturmaktadırlar.



(Şekil 1: İlgi hastanesi, Banner Health, logo)



(Şekil 2: Metek, Axis bank, logo)



(Şekil 3: Scottish Arts Council, Quark, logo)



(Şekil 4: MUNIX, Union Bank, logo)



(Şekil 5: Macromedia, Mos Burger, logo)



(Şekil 6: Infiniti, Videocon, logo)



(Şekil 7 : Nike, logo)



(Şekil 8: Pepsi Cola, Boy Cola, logo)



(Şekil 9: Naber Kaffe, Caffe Molinari,basım ilanı)



(Şekil 10: Texwood, King, basın ilanı)



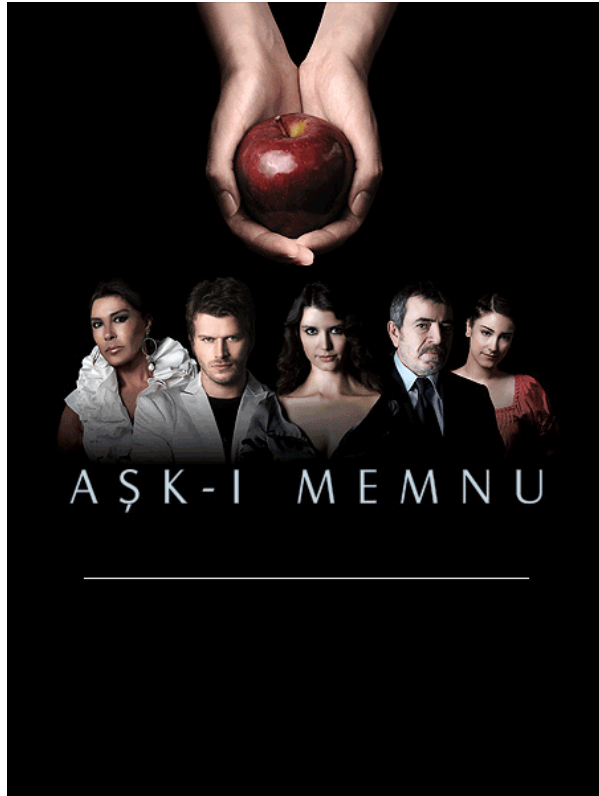
(Şekil 11: Arçelik, Basın ilanı)



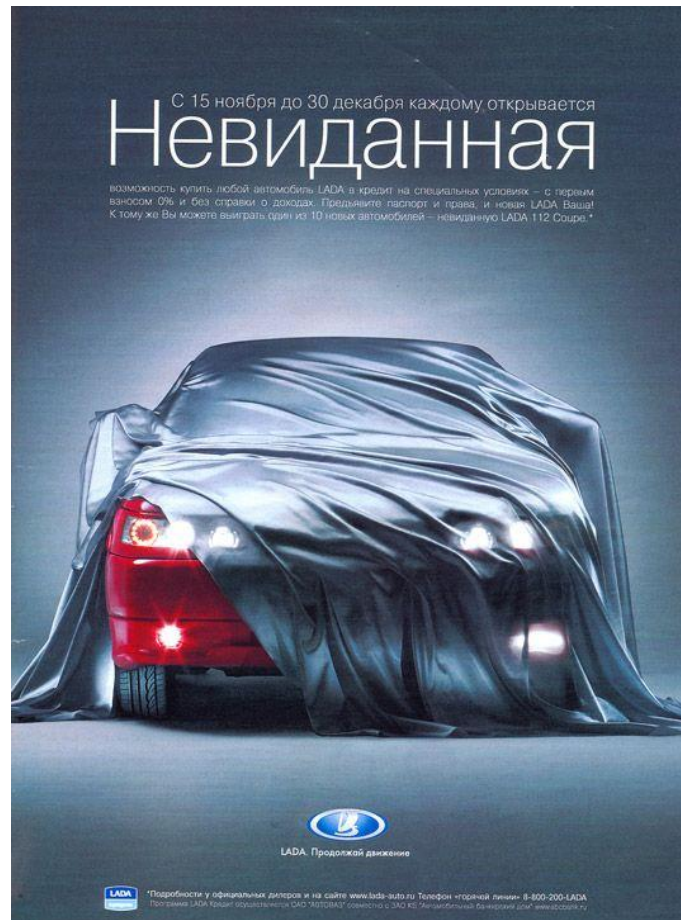
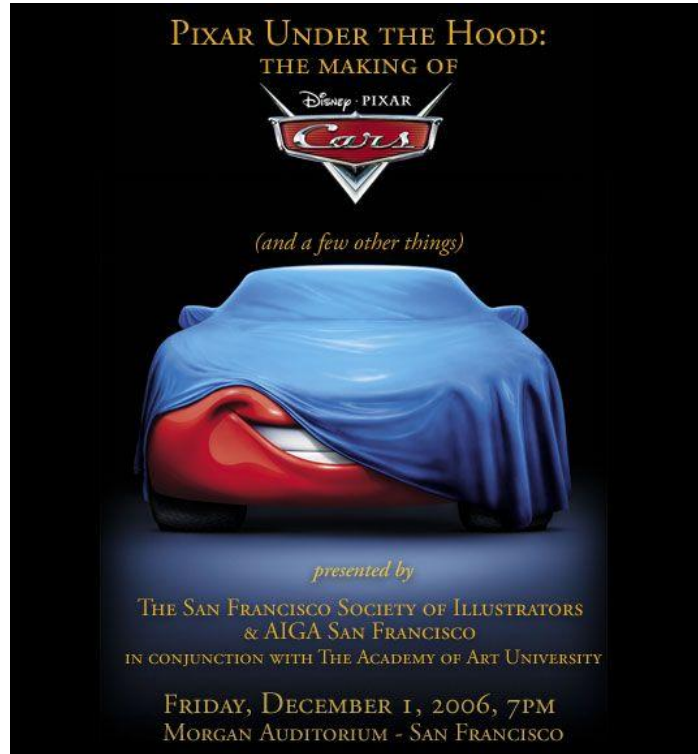
(Şekil 12: Mini Cooper, Hyundai Getz, Citroen Picasso, outdoor mecra)



(Şekil 13: Optimus Business, Garanti Leasing, basın ilanı)



(Şekil 14: Twilight, Aşk-ı Memnu, film afişi)



(Şekil 15: Cars, Lada, afiş ve basın ilanı)

3.2. Grafik Tasarımcılar Arasında Mektepli - Alaylı Sorunu

Grafik tasarımcıların karşılaştıkları önemli sorunlardan birisi de mektepli alaylı tasarımcı sorunudur yani akademik anlamda grafik tasarım eğitimi almış belirli bir disiplinden geçmiş tasarımcılarla bu mesleği piyasada usta çırak ilişkisi içinde ya da mesleki kurslardan öğrenmiş tasarımcıların ben “bu işi senden daha iyi biliyorum” çatışmasıdır. Faruk Çağla bu konuyla ilgili çok önemli şu saptamalar yapmıştır.

Grafik tasarım konusunda kimin usta, kimin çırak, kimin kalfa olduğu belli değildir, her şey iç içe geçmiştir. Bu durum ucuz emek arayan patronların işine yaramaktadır. Reklam verenin kültürsüzlüğü de bunu körüklemektedir. İki aylık kurs bitiren de, 3 yıllık meslek lisesi bitiren de, 2 yıllık veya 4 yıllık fakülte bitiren de grafiker (grafik tasarımcı) sayılmaktadır. Sorun sadece piyasanın ekonomik şartları değil, grafik sanatının ne olduğunun bilinmesinin engellenmesi sorunudur. Sorun eğitim ve kültür sorunudur.

Duvarcı ustası, elektrikçi, veya muhasebeci grafikerlik yaptığı gibi; tekstil mühendisi, mimar, bilgisayar mühendisi gibi kariyerli mesleklerden diploma sahibi olup da grafikerliğe gönül verenler de grafik tasarımcılığı yapmaktadır. Sorun; alet işler el ögünür ata sözü ile; eli görmeyen yazıyı kalem yazdı sanır sözü arasındaki dengenin kurulamayışıdır. Burada sıkıntı; alaylı veya mektepli olup olmamak değil, kimin ne kadar usta ne kadar kalfa olduğunun saptanamayışından kaynaklanmaktadır. Sorun; hiç bilenle bilmeyen bir olur mu, veya emaneti ehline veriniz sözlerinin unutulmuş olmasındadır.

Kısaca mesleğin niceliği çok genişlemesine rağmen, mesleğin niteliği konusundaki diyagram eğrisi bu nicelik artışına göre yukarıya doğru bir kalite doğrultusu göstermemektedir. Bunu serbest piyasa ekonomisi ile, ne yapalım koşullar böyle şeklinde adam sendeci bir yaklaşımla kabullenmek mümkün değildir. Düşük ücretle çalışmaya razı olup, kendine grafiker payesi verilmiş, aslında usta grafiker olmadığını bilip, kendinin usta grafiker gibi gösterilmesine itiraz etmeyip, deneye yanıla meslek öğrenen gençlerin bu çabalarına hak verip, desteklemek; aslında bu piyasa koşullarını desteklemektir. Zulmü görmemek ve ortak olmaktır.

Bu yanlış anlayışın en önemli ürünü; “teknoloji o kadar gelişmiştir ki bir kişi 5 kişinin bildiği programları bilmelidir, 5 kişinin işini tek kişilik maaşa, hatta onun da yarısına da yapmalıdır, çünkü koşullar artık böyle”, anlayıştır. Bu bizi dünyayı teknoloji yönetiyor mantığına götürür, oysa teknolojiyi de insan yönetir.

Bu durum Çizgi film sektöründe bir ressamın karakter tipi oluşturması, onun her türlü hareketini gerek el çizimlerinde gerek bilgisayar destekli tasarımlarda vermesi, elbisesinin içini boyamasını, arka plandaki manzaraların arka plan ressamlığını yapması, 3d max animasyonlarını, after effect'lerini, senaryosunu, metnini, müziğini, vesair her şeyini tek başına yapmaya kalkıp bir de bir kişinin yarı fiyatı ücret talep etmesine benzer

Her şeyi ekonomi belirlemez. Her şeyi teknoloji de belirlemez. Hepsinin arkasında hepsini belirleyen bir zihniyet vardır. Bu zihniyete kimi politika der, kimi siyaset der. Ülkelerin bağımsızlığı ve ne kadar bağımlı olduğu bu zihniyet üzerinde ne kadar hak sahibi olduğu ile ölçülür. Bu zihniyeti yöneticiler belirler, erk'i, idareyi elinde bulunduranlar belirler. Doğru düşünen doğru yönetir.

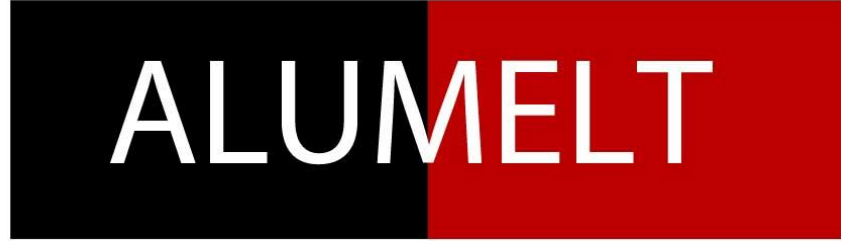
Şimdi piyasa bunu istiyor diyenler, aslında kendileri böyle istiyor demektir. Bunları böyle yapmak isteyen gençlere destek olalım vs. gibi yuvarlak laflar bu sorunları çözmez. Gençlerin önünün açılması onları usta diye kandırıp çırak maaşı ile aldatmakla olmaz. Onları ustanın ekmeğine göz dikmeden layık olduğu kadroda layık olduğu maaşla çalıştırarak, onlara iyi bir ustanın yanında çalışma şartları sağlayarak ve onları meslek içi eğitimden geçirmekle olur. Bunu da ne üniversiteler, ne de dersaneler yapmaktadır. O halde grafiker örgütleri yapacaktır.

Bu sorunların tek çözümü kaliteyi arttırmaktır. Fabrikalardaki gibi kalite kontrol sistemleri geliştirmektir. O zaman kaliteli usta, elinin altındaki çıraktan kaliteli kalfa yetiştirir. Bu kalite artışı nasıl sağlanır? Bunun için grafikerlere iş veren sektörlerin temsilcileri, ile alaylı veya mektepli, usta veya çırak; grafikerlik (aslında grafik tasarımcılık) mesleğinden para kazananlar, grafik tasarım eğitimi veren eğitim kurumları, devlet ve özel üniversiteler, grafik programı eğitimi veren dersaneler bu nitelik artışı için çare aramalıdır. Doğru düşünenin doğru yönetmesi için güçlü de olması lazımdır. Grafikerlerin doğru bir hedefe doğru, haklı oldukları isteklerle, güç kazanmaya ihtiyaçları vardır.(Çağla, 2010)

3.3. Müşteri ve Grafik Tasarımcılar Arasındaki Sorunlar

Grafik tasarımcıların bir başka önemli sorunu da müşterileriyle olan ilişkileridir. Ülkemizde firmaların reklam ve tanıtımı için basılı ve dijital ortamda yapılan işlerde önemli oranda kalite düşüklüğü gözlenmiştir. Bazı büyük şirketlerin, Kamu kuruluşları ve derneklerin çoğunun kurum kimlikleri (Amblem ve logotype'ları) maalesef trajikomik durumdadır ve günümüz Türkiye'sine yakışmamaktadır. Bu durumun en önemli sebepleri arasında müşterilerin tasarım bilincinden yoksun olması, ve grafik tasarım mesleğini lisans eğitimi gerektirmeyen herkes tarafından yapılabileceğine inanılan bir meslek olarak görülmesidir.

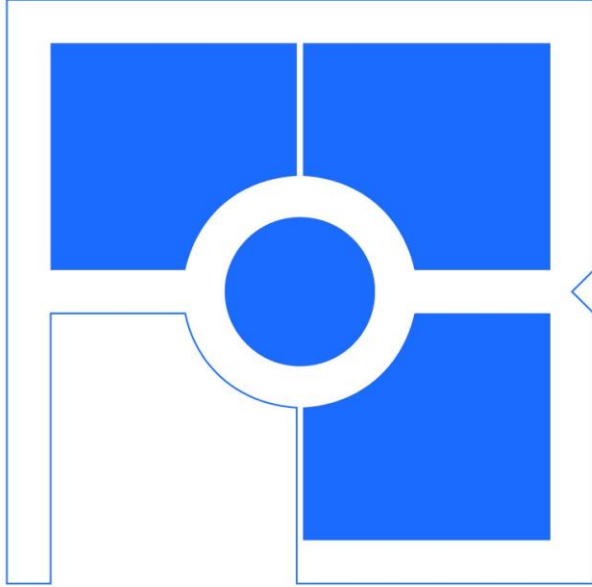
Sonuç olarak ajans yöneticileri ya da sahiplerince müşteri her zaman haklıdır prensibi sürdüğü müddetçe müşteriler grafik tasarımcıların tasarımlarına müdahale etmeye devam edecekler bu durumda tasarım kirliliği katlanarak devam etmiş olacaktır. Bu konu hakkında birkaç görsel olayı özetleyecektir.



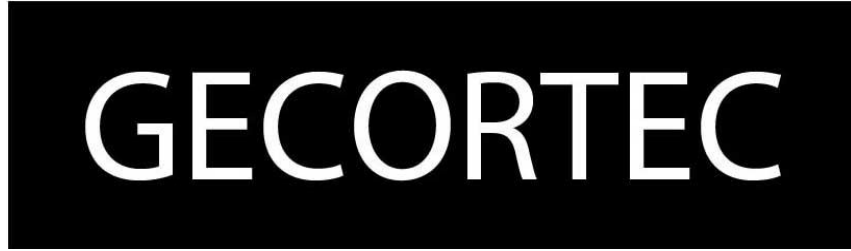
(Şekil 16: Alumelt logo)



TUFAN METAL



(*Şekil 17:* Tufan metal logo)



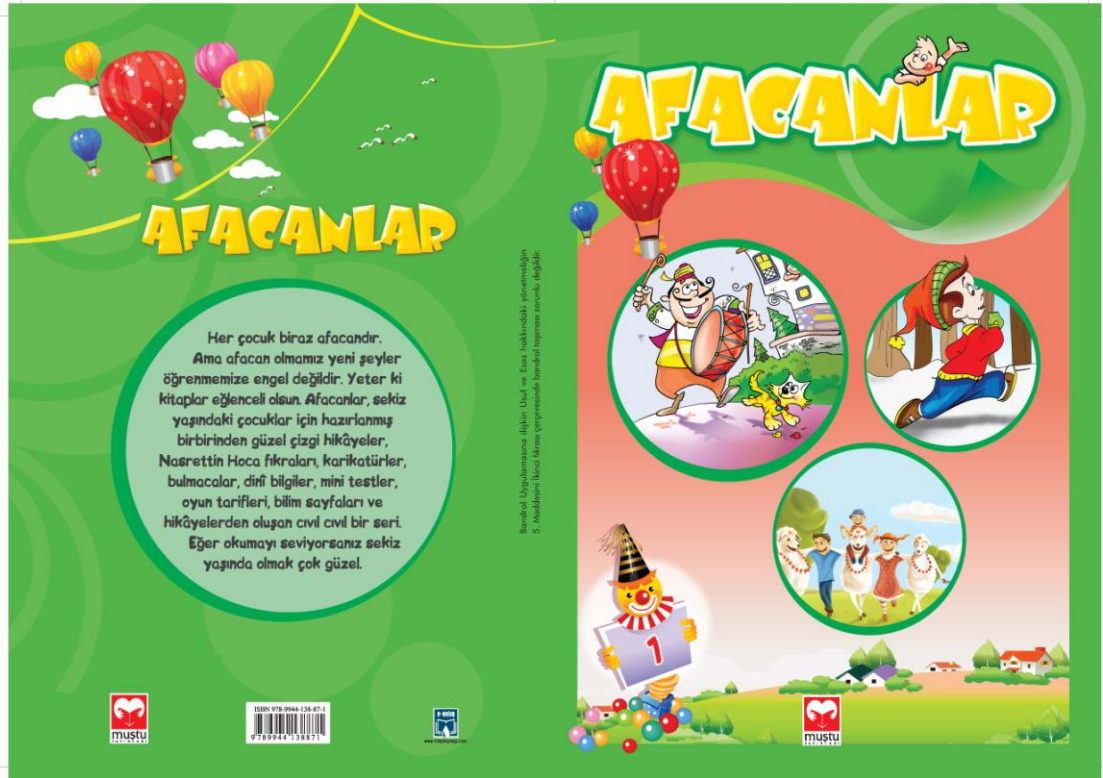
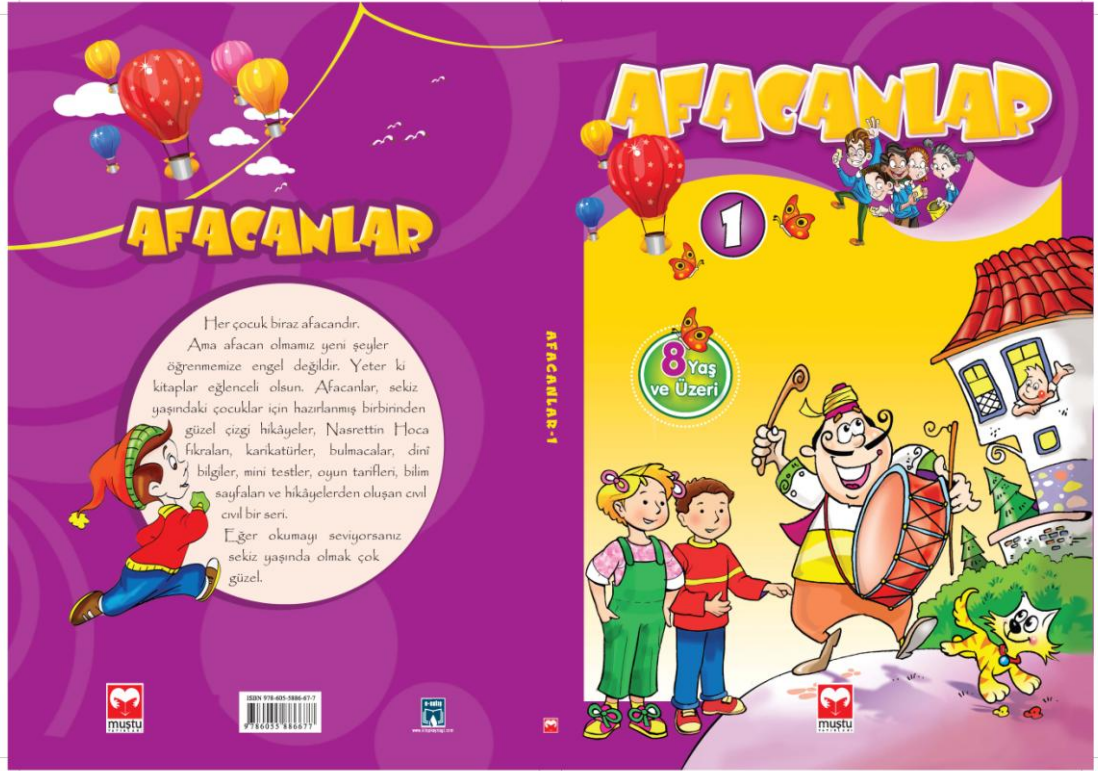
(*Şekil 18:* Gecortec, logo)



(*Şekil 19:* Sarmold, logo)



(Şekil 20: Latif kültür merkezi, logo)



(Şekil 21: Afacanlar kitap kapağı)

Siparisin.com



(Şekil 22: Siparişin.com, logo)



(Şekil 23: Dersevi, logo)



(Şekil 24: Beşyıldızlar, logo)

4. BÖLÜM

GRAFİK TASARIM SORUNLARI ÜZERİNE ALAN ARAŞTIRMASI

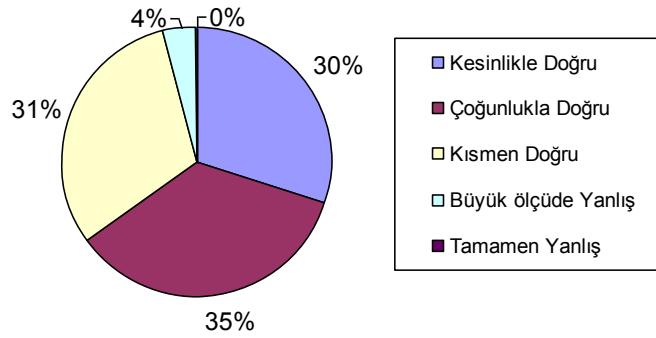
4.1. AJANS SAHİPLERİNİN İŞYERİ VE TASARIMCILARI ARASINDAKİ KRİTERLERİ

Ajans sahiplerine ve yöneticilerine ajansları hakkındaki görüşleri, müşteri ve tasarımcıları arasındaki tutumları olmak üzere iki başlık altında farklı önerilerde sorular sorulup reklam ajanslarının işleyişi hakkında bilgiler alınmıştır.

4.1.1. Ajans Sahiplerinin Kendi Ajansları Hakkında Görüşleri

Genel olarak iş yeriniz için aşağıdakilerden hangisini düşünürsünüz?

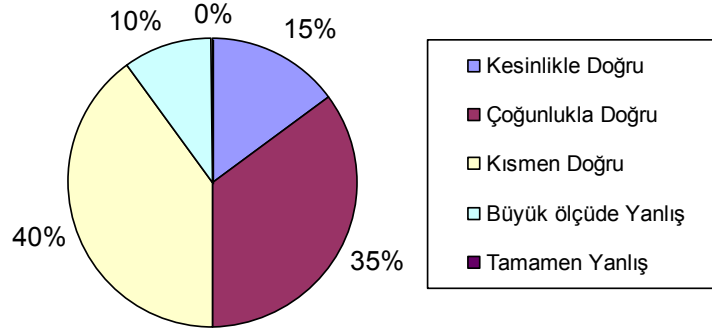
Tasarımlarımız özgün ve daha önce uygulanmamıştır.



(Grafik 1: Tasarımlarımız özgün ve daha önce uygulanmamıştır)

Bu öneride grafik tasarımcıların en önemli sorunu olan tasarımda özgünlük meselesi ele alınmıştır. Araştırmaya katılanların yüzde otuzluk kesimi kesinlikle doğru, yüzde otuz beşlik kesim çoğunlukla doğru, yüzde otuz birlik kesim kısmen doğru, yüzde dördümlük kesimde büyük ölçüde yanlış cevabını vermiştir. Her ne kadar tamamen yanlış cevabını veren olmadıysa da, grafikten çıkarılacak sonuç yapılan tasarımların özgünlüğü konusunda tatmin edici değildir.

Ajansımızın Müşteri portföyü geniştir.

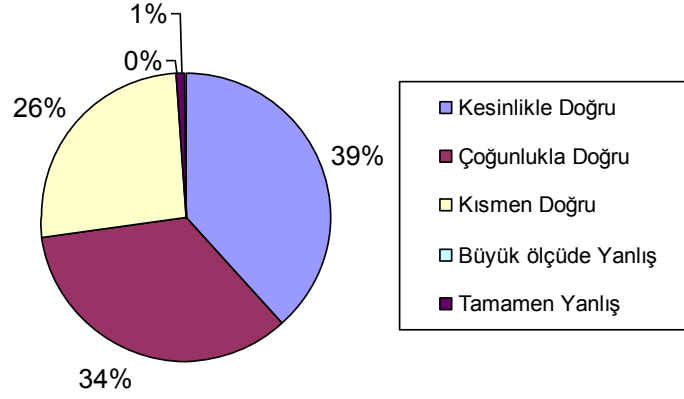


(Grafik 2: Ajansımızın Müşteri portföyü geniştir)

Genel olarak grafik tasarımcıların çalışmış olduğu kurumlar reklam ajanslarıdır. Reklam ajansları müşteri portföylerine göre büyük, orta ve küçük ölçekli reklam ajansları olarak üç sınıfa ayrılır. Bu öneride grafik tasarımcıların hangi ölçekli reklam ajanslarında çalıştıkları saptanmıştır.

Araştırmaya katılanların verdikleri cevaplar doğrultusunda kesinlikle doğru ve çoğunlukla doğru seçeneğini büyük ölçekli ajanslar olarak değerlendirirsek, yüzde ellilik kesim büyük ölçekli ajanslarda, çalışırken yüzde kırklık kesim orta ölçekli, yüzde onluk kesim ise küçük ölçekli reklam ajanslarında çalışmaktadır sonucunu çıkartabiliriz.

Bizim gibi çalışan ajanslar da bulunmaktadır.



(Grafik 3: Bizim gibi çalışan ajanslar da bulunmaktadır)

Bu öneride reklam ajanslarının çalışma sistematığı ve çalışma prensipleri konusunda kendilerini diğer ajanslardan ne kadar ayıştıkları ele alınmıştır. Araştırmaya katılanlardan alınan cevaplar; yüzde otuz dokuzluk kesim kesinlikle doğru, yüzde otuz dördlük kesim çoğunlukla doğru, yüzde yirmi altılık kesim ise kısmen doğru şeklindedir. Büyük ölçüde yanlış cevabını veren olmamışsa da tamamen yanlış cevabını veren yüzde birlik kesim görülmektedir.

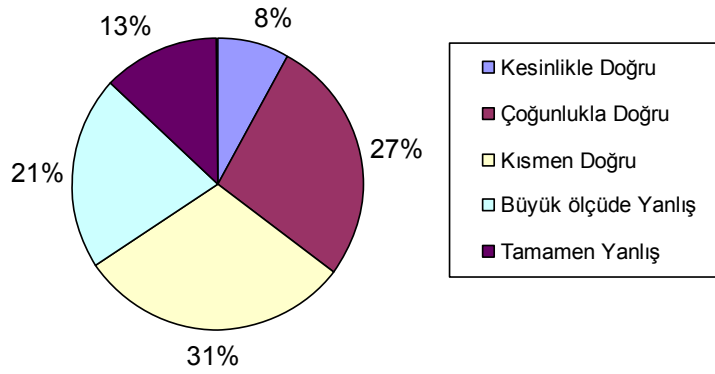
Bu grafikten çıkarabileceğimiz sonuç, reklam ajanslarında masaüstü tasarım, interaktif tasarım, kurumsal tasarım gibi grafik tasarım dallarını birbirlerinden hemen hemen ayırmadıkları yönünde olmuştur.

4.1.2. Ajans Sahiplerinin Müşteri ve Tasarımcıları Arasındaki Tutumları

Bu bölümde ajans sahipleri ya da yöneticilerinin grafik tasarımcı elemanları ile müşterileri arasındaki tutumlarının hangi çizgide durduğu öğrenilmeye çalışılmıştır. Değerlendirme bütün önerilere verilen cevaplar sonucunda yapılmıştır.

Müşterileriniz ve elemanlarınız arasında tasarım konusunda bir anlaşmazlık çıktığı takdirde ne yaparsınız?

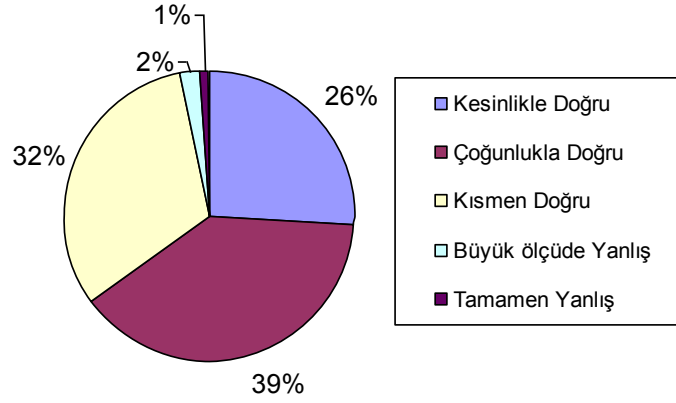
Elemanımın haklı olduğunu düşünsem de müşterimi desteklerim.



(Grafik 4: Elemanımın haklı olduğunu düşünsem de müşterimi desteklerim)

Elemanımın haklı olduğunu düşünsem de müşteriye desteklerim önerisine araştırmaya katılanların yüzde sekizlik kesimi kesinlikle doğru, yüzde yirmi yedilik kesimi çoğunlukla doğru, yüzde otuz birlik kesimi kısmen doğru, yüzde yirmi birlik kesimi büyük ölçüde yanlış, yüzde on üçlük kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir

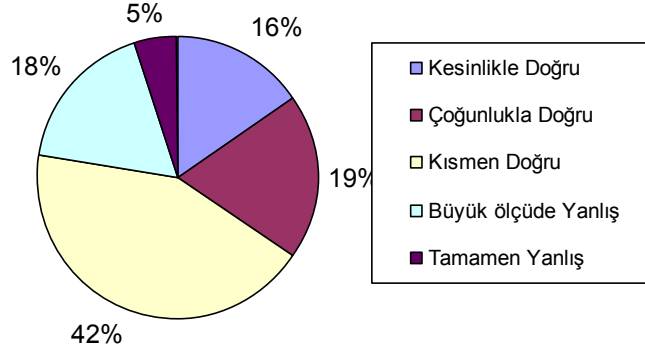
İkisinin ortasını bulmaya çalışırım.



(Grafik 5: İkisinin ortasını bulmaya çalışırım)

“İkisinin ortasını bulmaya çalışırım” önerisine; yüzde yirmi altılık kesim kesinlikle doğru, yüzde otuz dokuzluk kesim çoğunlukla doğru, yüzde otuz ikilik kesim kısmen doğru, yüzde ikilik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde birlik dilim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

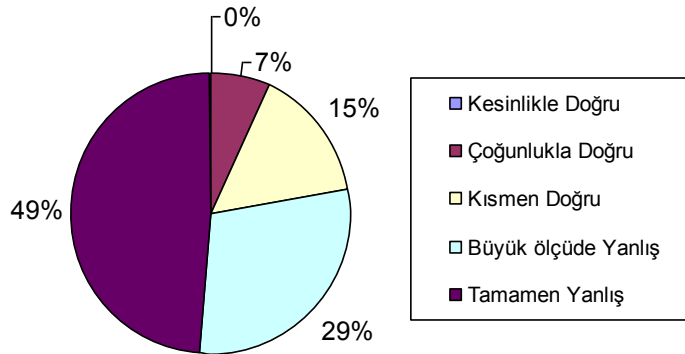
Elemanımı korurum



(Grafik 6: Elemanımı korurum)

Elemanımı korurum önerisine yüzde on altılık kesim kesinle doğru, yüzde on dokuzluk kesim çoğunlukla doğru, yüzde kırk ikilik kesim kısmen doğru, yüzde on sekizlik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde beşlik kesim ise tamamen yanlış cevabını vermiştir.

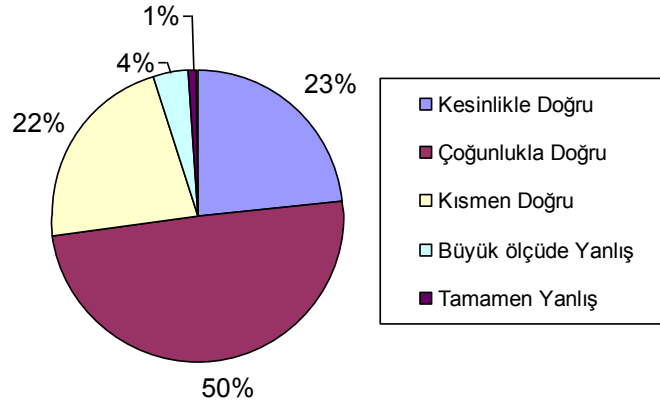
Elemanımı değiştiririm.



(Grafik 7: Elemanımı değiştiririm)

Elemanımı değiştiririm önerisine kesinlikle doğru cevabını veren olmamıştır, yüzde yedilik kesim çoğunlukla doğru, yüzde on beşlik kesim kısmen doğru, yüzde yirmi dokuzluk kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde kırk dokuzluk kesim tamamen yanlış, cevabını vermiştir.

Müşteriyi ikna etmeye çalışırım.



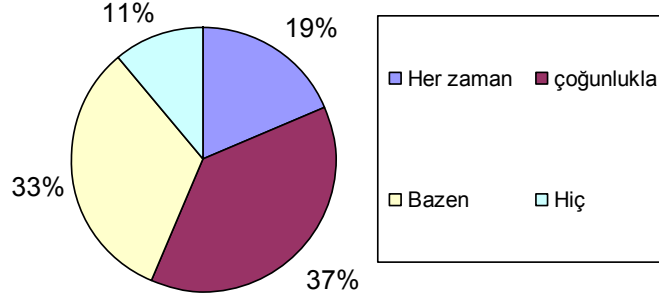
(Grafik 8: Müşteriyi ikna etmeye çalışırım)

“Müşteriyi ikna etmeye çalışırım” önerisine; yüzde yirmi üçlük kesim kesinlikle doğru, yüzde ellilik dilim çoğunlukla doğru, yüzde yirmi ikilik kesim kısmen doğru, yüzde dördlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde birlik kesim ise çoğunlukla yanlış cevabını vermiştir.

Ajans yöneticilerine “Müşterileriniz ve elemanlarınız arasında tasarım konusunda bir anlaşmazlık çıktığı takdirde ne yaparsınız?” sorusu beş farklı öneride sorulmuştur. Verilen cevaplar doğrultusunda; ajans yöneticilerinin, müşterilerin isteklerini grafik tasarımcıların fikirlerinden üstün tuttukları, müşterinin isteği doğrultusunda, haklı olsalar bile grafik tasarımcılarını işten çıkarmayı göze aldıkları görülmektedir.

Ajans olarak tasarımlarınızı oluştururken nelere dikkat edersiniz?

Ben karışmam elemanların tasarımlarını kendi kendilerine oluştururlar.



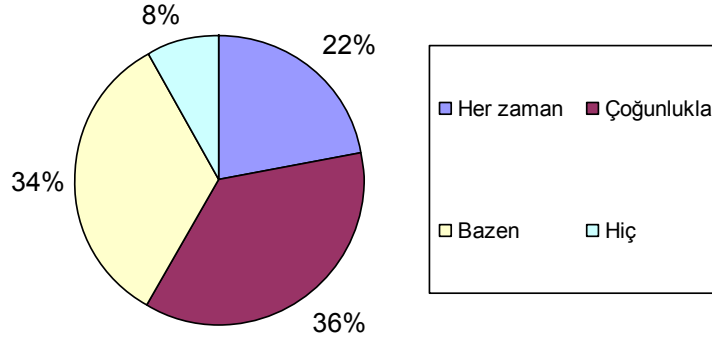
(Grafik 9: Ben karışmam elemanların tasarımlarını kendi kendilerine oluştururlar)

Bu öneride ajans yöneticileri grafik tasarımcıların tasarımlarına müdahale edip etmediğinin öğrenilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmaya katılımda verilen cevaplar yüzde on dokuzluk kesim her zaman, yüzde otuz yedilik kesim çoğunlukla, yüzde otuzüçlük kesim bazen, yüzde on birlik kesim hiç şeklindedir.

Verilen cevaplara göre; ajans sahipleri ya da yöneticileri, grafik tasarımcıların tasarımlarına müdahale etmektedirler. Elbette bu durum makul düzeyde hoş karşılanacak olsa da oranların yüksekliği bu durumun makul ölçü sınırlarında olmadığını göstermektedir.

Ajans olarak tasarımlar grup çalışması ile oluşturulur.



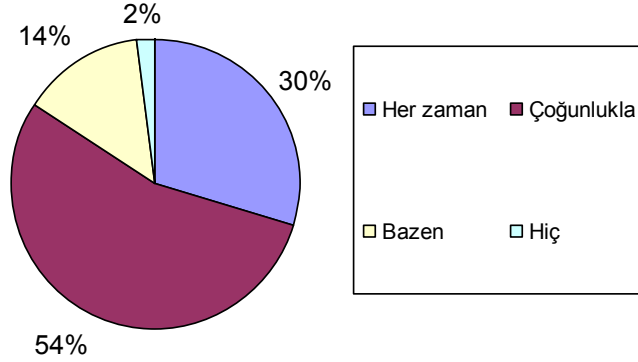
(Grafik 10: Ajans olarak tasarımlar grup çalışması ile oluşturulur)

Reklam ajansları orijinal bir fikir ya da slogan tasarlamak için kendi aralarında toplantılar düzenler, beyin fırtınaları yaparlar, bu toplantılar sonucunda genellikle bir kişiden çıkan parlak fikir geliştirilir ve en iyi şekilde müşteriye sunulur. Bu çalışma yöntemini benimseyen reklam ajansları çoğunlukla büyük ölçekli ajanslardır.

Bu öneriden aldığımız cevaplar, yüzde yirmi ikilik kesim her zaman, yüzde otuz altılık kesim çoğunlukla, yüzde otuz dördük kesim bazen, yüzde sekizlik kesim ise hiç şeklindedir.

Bu oranlar ajansların müşteri profiliyle de karşılaştırıldığında, çıkan sonuç şaşırtıcı değildir.

Ajansımızda tasarımlar müşterinin isteği doğrultusunda oluşturulur.

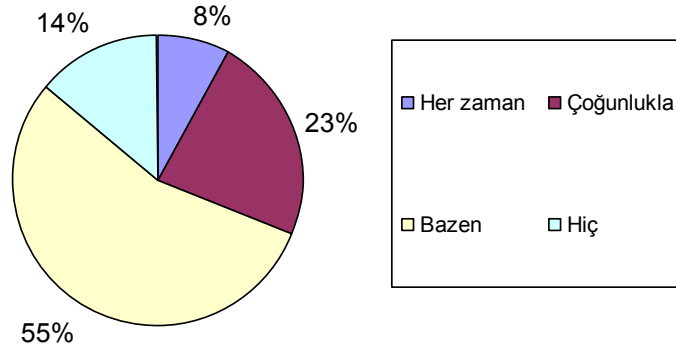


(*Grafik 11:* Ajansımızda tasarımlar müşterinin isteği doğrultusunda oluşturulur)

Bu öneride, ajans yöneticilerinin müşterilerin istediği doğrultuda grafik tasarım yöntem ve ilkelerinden taviz vererek müşterilerinin beklentilerini karşılayıp karşılamadıkları öğrenilmeye çalışılmıştır.

Araştırmaya katılım sonucunda; yüzde otuzluk kesim her zaman, yüzde elli dördlük kesim çoğunlukla, yüzde on dördlük kesim bazen, yüzde ikilik kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir. Çıkan oranlardan da anlaşıldığı gibi reklam ajansları muhtelif sebeplerden ötürü tasarım konusunda müşterilerine taviz vermektedirler.

Tasarımlar benim istediğim doğrultuda oluşturulur.

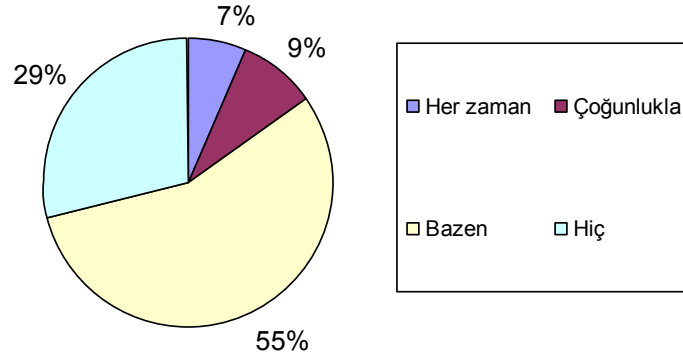


(Grafik 12: Tasarımlar benim istediğim doğrultuda oluşturulur)

“Tasarımlar benim istediğim doğrultuda oluşur” önerisine araştırmaya katılım sonucunda verilen cevaplar; yüzde sekizlik kesim her zaman, yüzde yirmi üçlük kesim çoğunlukla, yüzde elli beşlik kesim bazen, yüzde on dördlük kesim hiç şeklindedir.

Her ne kadar yüzde elli beşlik kesim bazen cevabını vermişse de her zaman ve çoğunlukla kesimindeki toplam oran yüzde otuz bir ile ajans yöneticilerinin dominant tavrını göstermektedir

Tasarımlar daha önce yapılmış mevcut tasarımlara uygulanır.

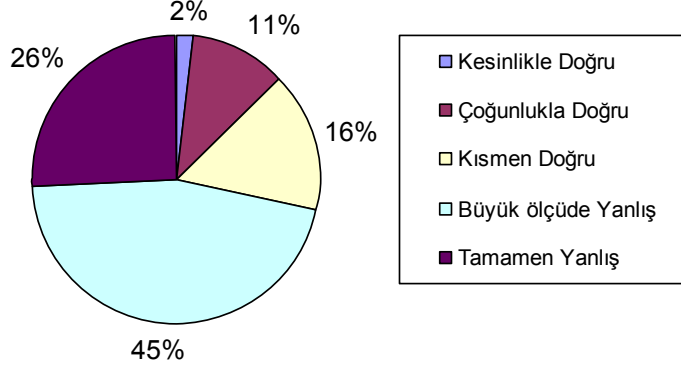


(Grafik 13: Tasarımlar daha önce yapılmış mevcut tasarımlara uygulanır)

Müşteriler reklam ajanslarına her zaman sıfırdan tasarım yaptırmak yerine ellerindeki mevcut tasarımlarını (genellikle kurumsal kimlik) revize etme yoluna da gidebilirler. Bu durum, hem piyasanın tasarlanacak ürüne adaptasyonunu, hem de maliyeti bakımından müşteriye fayda sağlasa da reklam ajansları bu noktada tasarımın taşıdığı imzanın belirsizliği yüzünden revize etme yoluna gitmeyebilirler. “Tasarımlar daha önce yapılmış mevcut tasarımlara uygulanır” önerisine yüzde yedilik kesim her zaman, yüzde dokuzluk kesim çoğunlukla, yüzde elli beşlik kesim bazen, yüzde yirmi dokuzluk kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir. Görülüyor ki tasarımların mevcut tasarımlara uygulanması yaygın bir yöntem değildir.

Grafik tasarımcı eleman alımında aşağıdakilerden hangisini dikkate alırsınız?

Sadece ilgili bilgisayar programlarını iyi bilmesi yeterlidir.

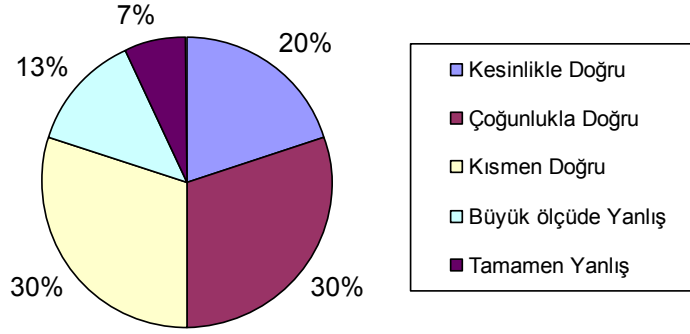


(Grafik 14: Sadece ilgili bilgisayar programlarını iyi bilmesi yeterlidir)

“Sadece bilgisayar programlarını iyi bilmesi yeterlidir” önerisine verilen cevaplar, yüzde ikilik kesim kesinlikle doğru, yüzde on birlik kesim çoğunlukla doğru, yüzde on altılık kesim kısmen doğru, yüzde kırk beşlik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde yirmi altılık kesim ise tamamen yanlış şeklindedir.

Bu sonuçlara göre sadece bilgisayar programlarına hakim bir grafik tasarımcı düşünülemez.

Mutlaka tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim.

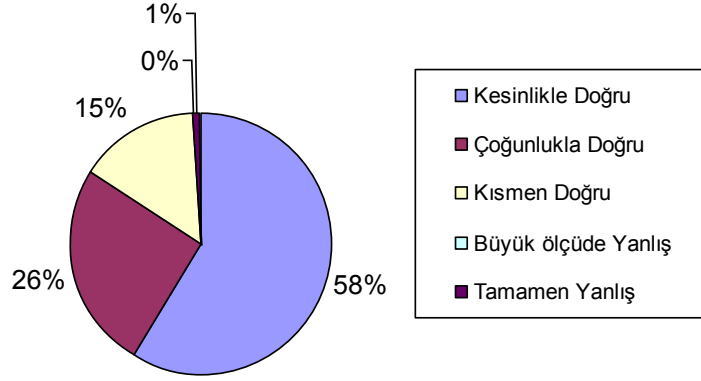


(Grafik 15: Mutlaka tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim)

“Mutlaka tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim” önerisine yüzde yirmilik kesim kesinlikle doğru, yüzde otuzluk kesim çoğunlukla doğru, yüzde otuzluk kesim kısmen doğru yüzde on üçlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde yedilik kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

Bu oranlardan çıkarılacak sonuç, ajans sahiplerinin ya da yöneticilerinin tasarım eğitimi almadan da grafik tasarımcıları istihdam ettikleri yönündedir.

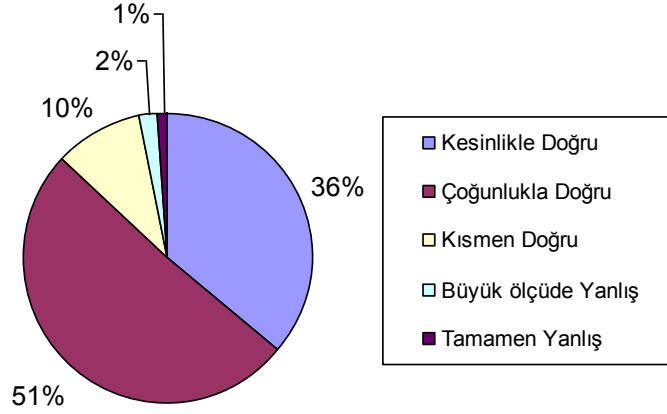
Hem bilgisayarı iyi bilmesi hemde tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim.



(Grafik 16: Hem bilgisayarı iyi bilmesi hem de tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim)

“Hem bilgisayarı iyi bilmesi hem de tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim” önerisine verilen cevaplar, yüzde elli sekizlik kesim kesinlikle doğru, yüzde yirmi altılık kesim çoğunlukla doğru, yüzde on beşlik kesim kısmen doğru, şeklindedir. Büyük ölçüde yanlış ve tamamen yanlış seçeneklerini işaretleyen olmamıştır. Bu oranlardan çıkartılacak sonuç, grafik tasarımcıların hem eğitilmiş hem de teknik donanımı yüksek olması yönündedir.

Daha önceki tasarımlarına bakarak istihdam ederim.

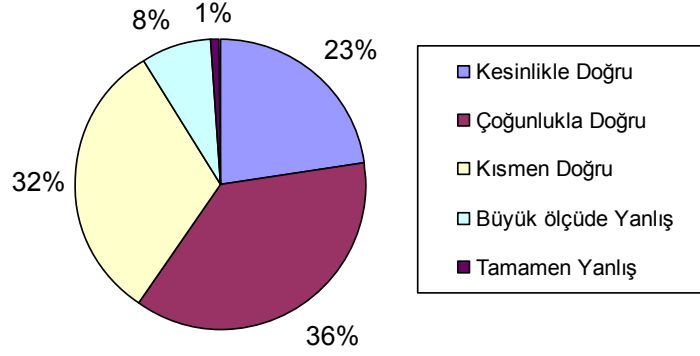


(Grafik 17: Daha önceki tasarımlarına bakarak istihdam ederim)

“Daha önceki tasarımlarına bakarak istihdam ederim” önerisine verilen cevaplar, yüzde otuz altılık kesim kesinlikle doğru, yüzde elli birlik kesim çoğunlukla doğru, yüzde onluk kesim kısmen doğru, yüzde ikilik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde birlik kesim tamamen yanlış şeklindedir.

Bu durumda iş başvurusunda bulunan grafik tasarımcının portföy dosyasının işe kabul edilip edilmemesi üzerinde büyük oranda etkisi vardır.

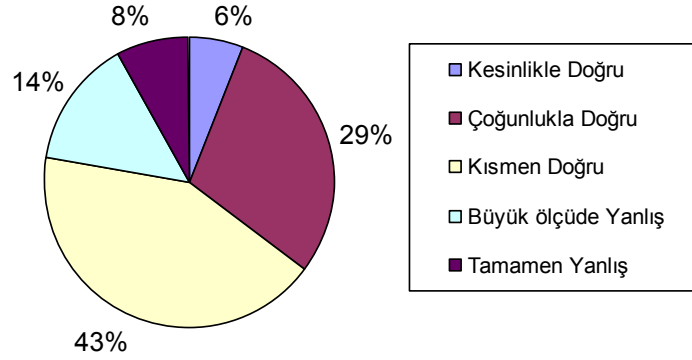
Piyasa deneyiminin olmasına dikkat ederim.



(Grafik 18: Piyasa deneyiminin olmasına dikkat ederim)

“Piyasa deneyiminin olmasına dikkat ederim” önerisine verilen cevaplar, yüzde yirmi üçlük kesim kesinlikle doğru, yüzde otuz altılı kesim çoğunlukla doğru, yüzde otuz ikilik kesim kısmen doğru, yüzde sekizlik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde birlik kesim ise tamamen yanlış şeklindedir. Bu bölümden çıkarılacak sonuç, yeni mezun olacak genç tasarımcıların hoşuna gitmese de, her meslek dalında olduğu gibi grafik tasarımcı seçiminde de iş deneyimi şartı büyük oranda aranmaktadır.

Tasarım eğitimi almamış olsa da olur piyasa deneyimi olması yeterlidir.



(**Grafik 19:** Tasarım eğitimi almamış olsa da olur piyasa deneyimi olması yeterlidir)

“Tasarım eğitimi almamış olsa da olur, piyasa deneyimi olması yeterlidir” önerisine verilen cevaplar; kesinlikle doğru yüzde altı, çoğunlukla doğru yüzde yirmi dokuz, kısmen doğru yüzde kırk üç, büyük ölçüde yanlış yüzde on dört, tamamen yanlış yüzde sekiz şeklindedir. Bu oranlardan yola çıkılarak yapılacak öngörü, grafik tasarım eğitimi almamış fakat piyasada alaylı olarak yetişmiş grafik tasarımcıların günümüzde eğitilmiş tasarımcılar karşısında şansının az olduğu yönündedir.

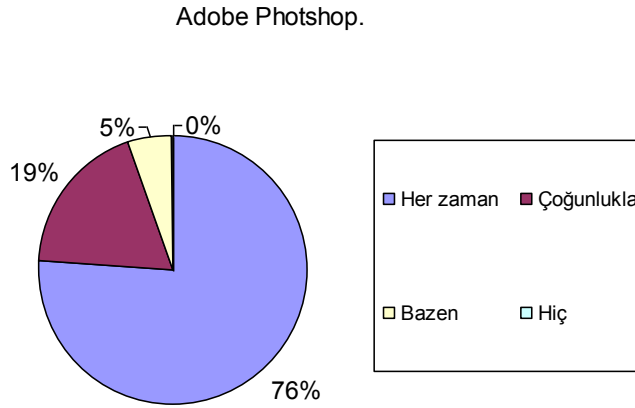
4.2. GRAFİK TASARIMCILARIN TEKNİK DONANIMLARI

Araştırmaya katılan grafik tasarımcılara teknik donanımları ve tasarımları oluştururken bilgisayar programlarından yararlanma şekilleri sorulmuştur.

4.2.1. Grafik tasarımcıların en çok kullandıkları programlar

Bu bölümde araştırmaya katılan grafik tasarımcıların yoğun olarak kullandıkları tasarım programlarının hangileri olduğu öğrenilmeye çalışılmıştır.

Aşağıdaki programları ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

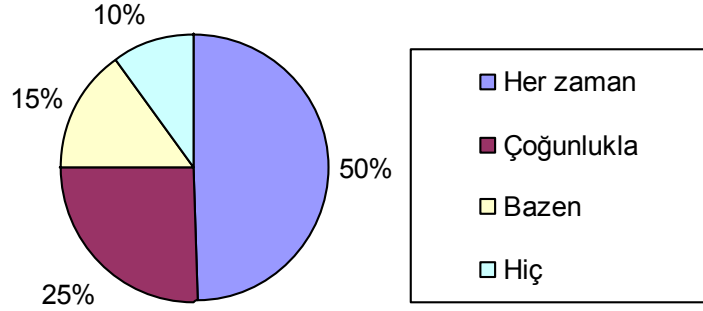


(Grafik 20: Adobe Photoshop)

Adobe Photoshop programı, adından da anlaşıldığı gibi fotoğraf üzerinde çeşitli düzenlemelere olanak sağlayan, aslında grafik tasarımla direkt olarak alakalı olmamasına rağmen grafik tasarımcının tasarımlarında kullanmak istediği fotoğrafları ya da fotoğrafları, tasarımına en uygun biçimde dahil etmesini sağlayan bir programdır.

Adobe Photoshop programının kullanımı önerisine verilen cevaplar; yüzde yetmiş altılık kesim her zaman, yüzde on dokuzluk kesim çoğunlukla, yüzde beşlik kesim bazen şeklindedir. Hiç cevabını veren olmamıştır. Bu oranlara göre Adobe firmasının ürettiği Photoshop programını sık kullanmayan tasarımcı yok denecek kadar azdır.

Adobe Illustrator.

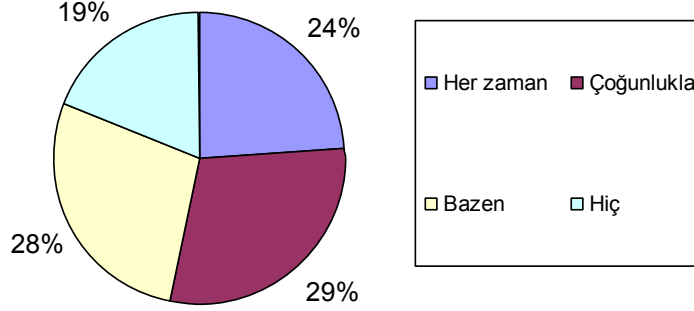


(Grafik 21: Adobe Illustrator)

Yine Adobe firmasının ürettiği Illustrator programı grafik tasarımcıların tasarımda düşündükleri illüstrasyonların gerçekleştirilmesinde kolaylık sağlayan bir programdır. Böylece grafik tasarımcı tasarımlarında sadece grafiksel imgeler ekler ya da fotoğraflara alternatif olarak illüstrasyonu da ekleyebilir. Böylece hayal gücünü bir ölçüde kısıtlamış olmaktan da kurtarır, kendine özgü bir tarz yakalayabilir.

Adobe Illustrator programının kullanımı önerisine yüzde ellilik kesim her zaman, yüzde yirmi beşlik kesim çoğunlukla, yüzde on beşlik kesim bazen, yüzde onluk kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir. Oranlardan çıkarılacak sonuç bu programın sık kullanıldığı yönündedir.

Corel Draw.

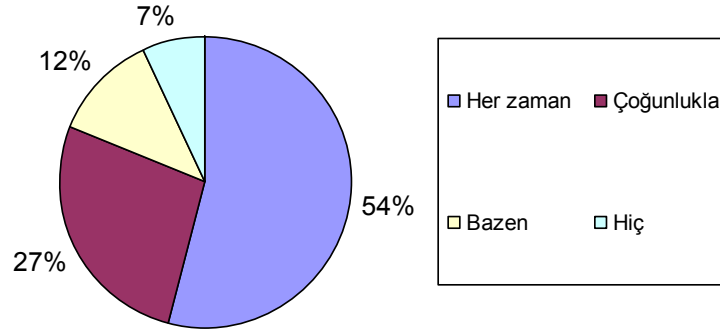


(Grafik 22: Corel Draw)

Corel Draw nispeten basit kullanımlı ve tasarım oluşturmada tatmin edici sonuçlara esnek bir şekilde götüren, bunun yanı sıra matbaalarda da sıklıkla tercih edilen vektörel tabanlı bir programdır. Bu durum tasarımcının tasarladığı programın çıkışını matbaadan sorunsuz alması bakımından önemlidir. Bilinmektedir ki yapılan tasarımların matbaadan istenilen nitelikte gelmemesinin önemli sebeplerinden birisi matbaanın çıkış için kullandığı bilgisayardaki programla, grafik tasarımcının kullandığı programların farklı olması yüzündendir. Corel Draw programının kullanımı grafik tasarımcıların işlerini kolaylaştırmada yardımcı olacaktır.

Yapılan araştırmada Corel Draw programının kullanımı önerisine; yüzde yirmi dördlük kesim her zaman, yüzde yirmi dokuzluk kesim çoğunlukla, yüzde yirmi sekizlik kesim bazen, yüzde on dokuzluk kesim ise hiç, şeklinde cevap vermiştir. Bu oranlardan anlaşıldığı gibi Corel Draw programı kullanımı Photoshop ve Illustrator kadar yaygın olmasa da, grafik tasarımcıların sıkça yararlandığı bir programdır.

Freehand MX.

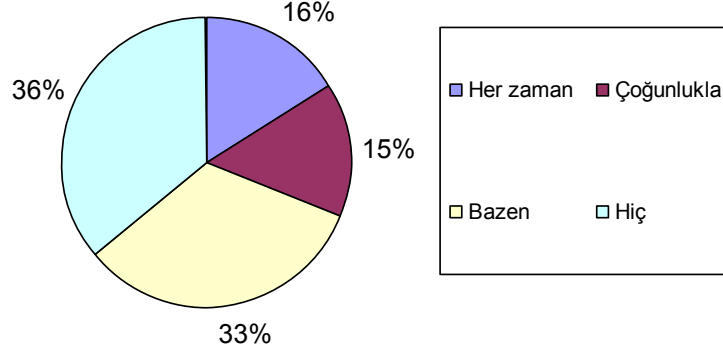


(Grafik 23: Freehand MX)

Macromedia şirketinin piyasaya sürdüğü daha sonra Adobe firmasına devrettiği Freehand MX programı grafik tasarımcıların kurumsal kimlik, ambalaj tasarımı, afiş tasarımı gibi masaüstü diye tabir edilen tasarımlarını oluşturma sürecinde yıllarca alternatifsiz kullandıkları adeta klasikleşmiş, Adobe İllüstratör ve Corel Draw gibi vektörel tabanlı bir grafik tasarım programıdır. Kullanıcılarına kendine özgü kolaylıklar sunmaktadır.

Araştırmaya katılan grafik tasarımcılarının Freehand MX programını ne sıklıkla kullandıkları önerisine; yüzde elli dördlük kesim her zaman, yüzde yirmi yedilik kesim çoğunlukla, yüzde on ikilik kesim bazen, yüzde yedilik kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir. Araştırma sonucundan anlaşılan şu yıllarda alternatifleri olmasına rağmen bu programı kullanan grafik tasarımcılarının oranı oldukça yüksektir.

Quark Xpress.



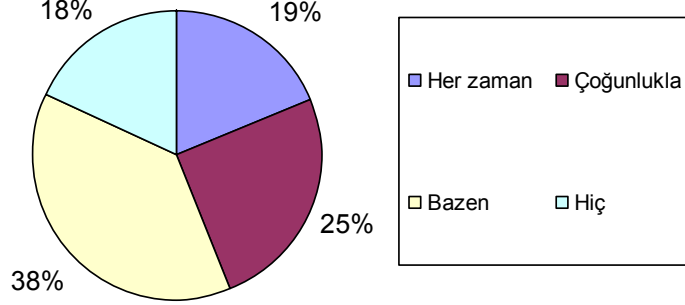
(Grafik 24: Quark Xpress)

Quark Xpress programı genellikle gazete, kitap ve dergilerin iç tasarımının (mizanpaj) hazırlanmasında kullanılan bir programdır işlevi gereği daha özel kullanım alanı olsa da, grafik tasarımcıların bu tür tasarım taleplerine karşılık vermeleri bakımından bu programa hakim olmaları gerekmektedir.

Araştırmaya katılan grafik tasarımcıların yüzde on altılık kesimi her zaman, yüzde on beşlik kesimi çoğunlukla, yüzde otuzüçlük kesimi bazen, yüzde otuz altılık kesimi hiç cevabını vermişlerdir.

Oranlardan anlaşıldığı gibi Quark Xpress programının kullanımı diğer grafik tasarım programlarına oranla oldukça düşüktür.

Flash Player.



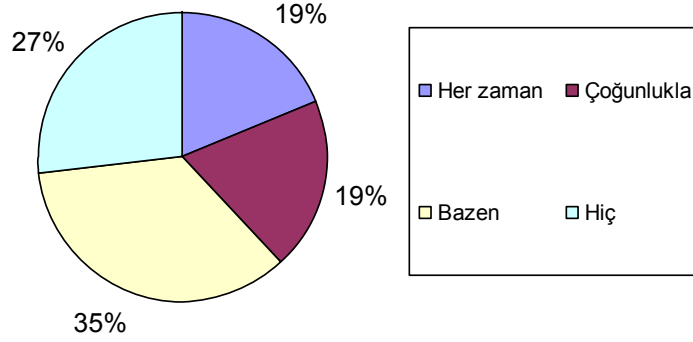
(Grafik 25: Flash player)

Macromedia firmasının piyasaya sürdüğü ve Freehand MX gibi daha sonradan Adobe firmasına devredilen bir başka tasarım programı da Flash Player'dır. Bu program grafik tasarım sektörü için genellikle web sayfalarının tasarlanmasında ve "banner" diye tabir edilen internet reklamı tasarımında kullanılır. Kullanımı ve kullanım amacı şu ana kadar incelediğimiz programlardan daha farklı ve karmaşık olsa da masaüstü grafik tasarımın dijital mecrası olarak günümüzde kullanılan banner reklamlarının ve web sitelerinin görsel animasyon tasarımında Flash Player programının büyük katkısı vardır.

Flash Player programının kullanımı önerisine; araştırmaya katılan grafik tasarımcılarının yüzde on dokuzu her zaman, yüzde yirmi beşi çoğunlukla, yüzde otuz sekizi bazen, yüzde on sekizi hiç cevabını vermiştir.

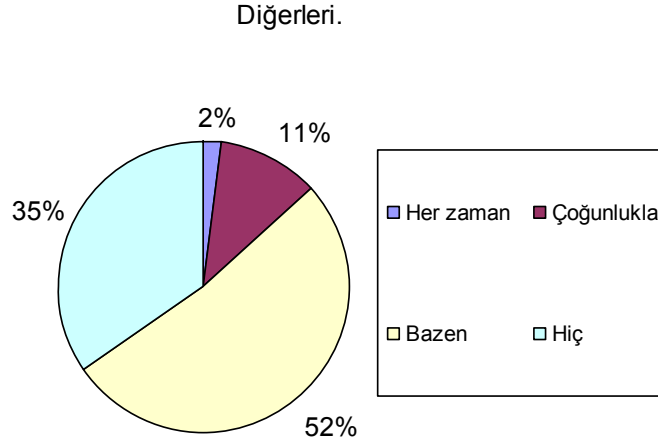
İnternetin önümüzdeki yıllarda reklam sektöründe ağırlığını hissettireceğini öngörürsek bu programı kullananların sayısında da artış olacağını söyleyebiliriz.

3D Studio max



(Grafik 26: 3D Studio max)

3D Studio Max programı adından da anlaşılacağı gibi üç boyutlu modelleme programıdır. Grafik tasarımcılar bu programı, oluşturdukları iki boyutlu şekle üç boyut kazandırmak için kullanmaktadır. Kullanımı oldukça karışık olan program, masaüstü tasarımda kullanılacak şekli üç boyutlu hale dönüştürmesinin yanı sıra, web sayfalarında hareketli üç boyutlu şekiller tasarlamak için de kullanılmaktadır. Araştırmaya katılan grafik tasarımcıların 3D Studio max programının kullanımını önerisine verdikleri cevaplar yüzde on dokuz her zaman, yüzde on dokuz çoğunlukla, yüzde otuz beş bazen, yüzde yirmi yedi hiç şeklindedir. Oranlardan anlaşılan 3D Studio Max programının, sık olmasa da, grafik tasarımcılar tarafından tercih edilen bir program olduğu söylenebilir.



(Grafik 27: Diğerleri)

Grafik tasarımcıların teknik donanımlarını araştırırken, sık kullanılan yedi programın yanı sıra, bu programların muadillerinin ya da başka amaçlar için kullanılan farklı programlar olup olmadığı hakkında fikir sahibi olmak için, sıraladığımız programlardan farklı olarak, “diğerleri” diye özel bir öneri sunulmuştur.

Araştırmaya katılım sonucunda alınan cevaplar; her zaman yüzde iki, çoğunlukla yüzde on bir, bazen yüzde elli iki, hiç yüzde otuz beş şeklinde olduğu görülmüştür.

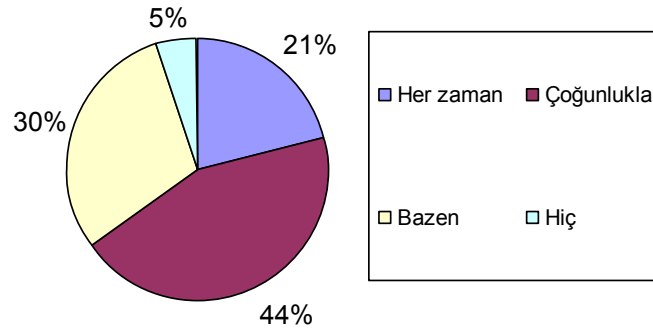
Bu verilerden çıkaracağımız sonuç, ankete katılan grafik tasarımcılarının grafik tasarım programlarından genel olanlarına (Photoshop, Freehand MX ve Illustrator) hakim, özel olanlara (Corel Draw, Quark Express, Flash player, 3D Studio max) hakim olmadığı yönündedir. Oysa ki; hangi alanda olursa olsun bir sanatçı, sanatını layıkıyla icra edebilmek için gereken tüm teknik ve sanatsal donanıma sahip olmalıdır.

4.2.2. Grafik Tasarımcıların Tasarımları Oluştururken Bilgisayar Programlarından Yararlanma Şekilleri

Araştırmanın bu bölümünde grafik tasarım eğitimi almış ve almamış grafik tasarımcıların tasarımlarını yaparken bilgisayardan ne şekilde yararlandıkları öğrenilmeye çalışılmıştır. Grafik tasarım eğitimi alan ve almayan tasarımcılara aynı soru beş farklı öneride yöneltilmiştir. Değerlendirmeler iki taraftan alınan cevaplar sonucunda yapılacaktır.

Aşağıdaki bilgiler doğrultusunda bilgisayar programlarından ne sıklıkla yararlanıyorsunuz? (Grafik tasarım mezunları için)

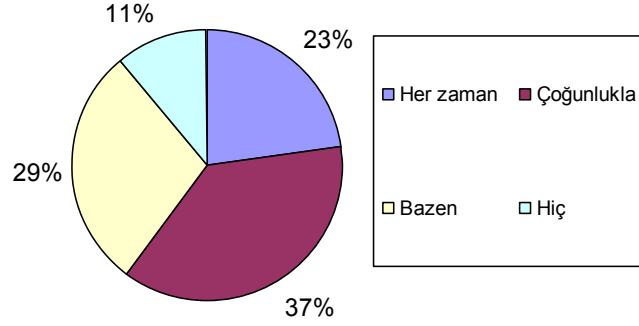
Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum.



(Grafik 28: Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum)

“Elle çizim yapmam, bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum” önerisine; yüzde yirmi birlik kesim her zaman, yüzde kırk dördlük kesim çoğunlukla, yüzde otuzluk kesim bazen, yüzde beşlik kesim ise hiç cevabını vermiştir.

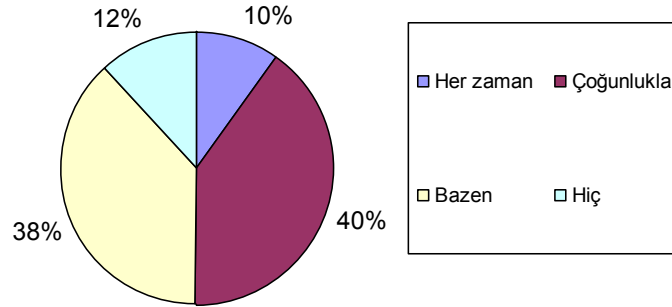
Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım.



(Grafik 29: Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım)

“Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım” önerisine; yüzde yirmi üçlük kesim her zaman, yüzde otuz yedilik kesim çoğunlukla, yüzde yirmi dokuzluk kesim bazen, yüzde on birlik kesim ise hiç cevabını vermiştir.

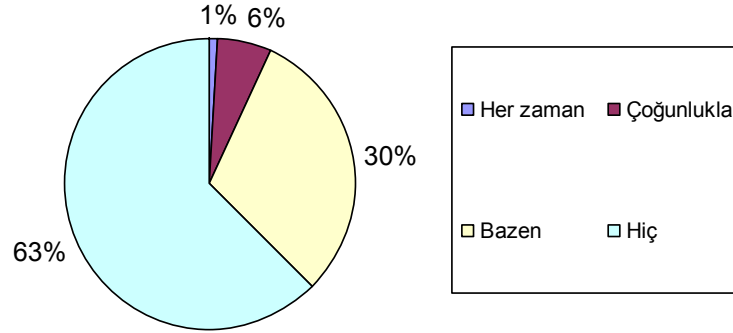
Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir yada geliştiririm .



(Grafik 30: Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm)

“Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm” önerisine; yüzde onluk kesim her zaman, yüzde kırklık kesim çoğunlukla, yüzde otuz sekizlik kesim bazen, yüzde on ikilik kesim ise hiç cevabını vermiştir.

Yaratıcı olmama gerek yok bilgisayar yeterli.

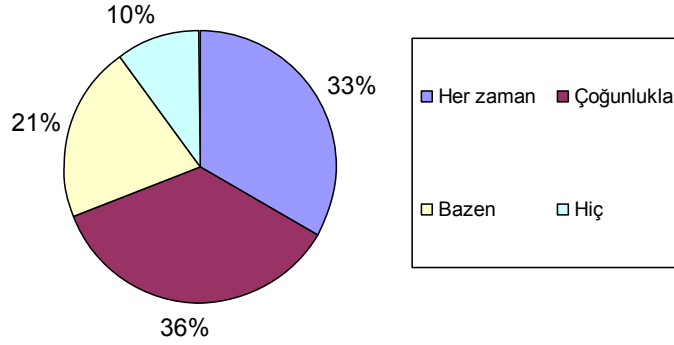


(**Grafik 31:** Yaratıcı olmama gerek yok bilgisayar yeterlidir)

“Yaratıcı olmama gerek yok, bilgisayar yeterlidir” önerisine; yüzde birlik kesim her zaman, yüzde altılık kesim çoğunlukla, yüzde otuzluk kesim bazen, yüzde atmış üçlük kesim ise hiç cevabını vermiştir.

Aşağıdaki bilgiler doğrultusunda bilgisayar programlarından ne sıklıkla yararlanıyorsunuz? (Grafik tasarım mezunu olmayanlar için)

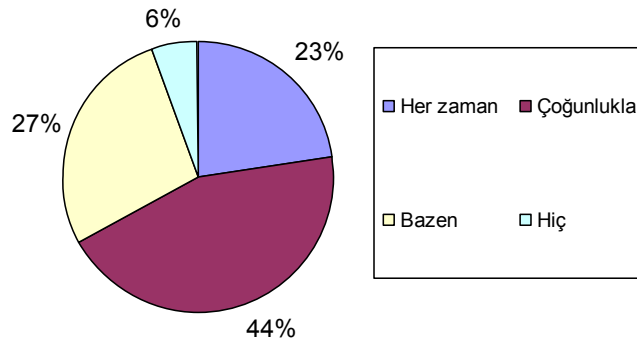
Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum.



(Grafik 32: Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum)

“Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum” önerisine; yüzde otuz üçlük kesim her zaman, otuz altılık kesim çoğunlukla, yüzde yirmi birlik kesim bazen, yüzde onluk kesim ise hiç cevabını vermiştir.

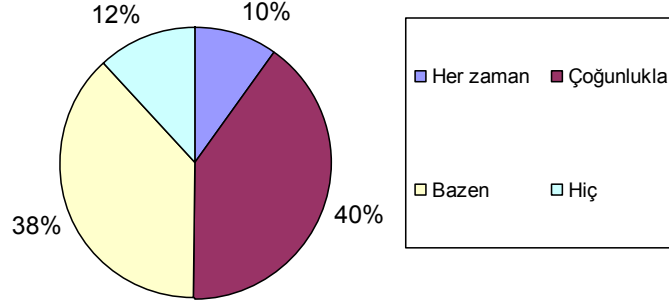
Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım.



(Grafik 33: Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım)

“Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım” önerisine; yüzde yirmi üçlük kesim her zaman, yüzde kırk dördlük kesim çoğunlukla, yüzde yirmi yedilik kesim bazen, yüzde altılık kesim ise hiç cevabını vermiştir.

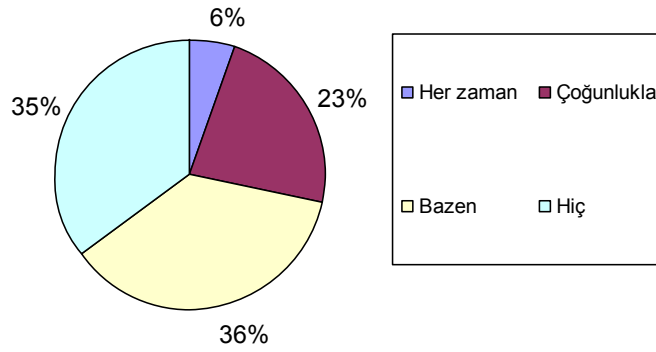
Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm .



(**Grafik 34:** Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm)

“Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm” önerisine; yüzde on üçlük kesim her zaman, yüzde otuz dokuzluk kesim çoğunlukla, yüzde kırk birlik kesim bazen, yüzde yedilik kesim ise hiç cevabını vermiştir.

Yaratıcı olmama gerek yok bilgisayar yeterlidir.



(**Grafik 35:** Yaratıcı olmama gerek yok bilgisayar yeterlidir)

“Yaratıcı olmama gerek yok, bilgisayar yeterlidir” önerisine yüzde altılık kesim her zaman, yüzde yirmi üçlük kesim çoğunlukla, yüzde otuz altılık kesim bazen, yüzde otuz beşlik kesim ise hiç cevabını vermiştir.

Sanayinin ve ticaretin gelişmesi serbest piyasa ekonomisini de beraberinde geliştirmiş ve rekabet kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu noktada bir malın rakiplerinden ayrışarak talebini artırması için, reklam ve dolayısıyla grafik tasarım sanatına ihtiyaç duyulmuştur.

Bu ihtiyacı ilk etapta ressamlar karşılasa da daha sonraki dönemlerde güzel sanatlar fakültelerinde grafik tasarım bölümleri açılmıştır. Böylece grafik tasarımı akademik bir zemine oturtulmuştur.

Bu durumda grafik tasarımcıların hızlı düşünüp fikir üretmelerine ve tasarımlarını daha süratli biçimde yapmalarına neden olmuştur.

Gelişen teknoloji hayatımızı birçok alanda kolaylaştırdığı gibi, grafik tasarım sanatının üretimi noktasında kolaylaştırmıştır. Fakat unutulmamalıdır ki grafik tasarımın temeli bilgisayar değil, orijinal fikir ve bu fikrin akılda kalıcı imgelerle tüketiciye sunulmasıdır.

Bu nedenle grafik tasarımcı sürekli düşünen adam konumundadır ve fikrin ne zaman nerede tasarımcının kapısını çalacağı belli değildir. Dolayısıyla grafik tasarım, akademik anlamda tasarım eğitimi almış tasarımcılar arasında ve grafik tasarım eğitimi almamış grafik tasarımcılar arasında yapılan araştırmadaki orandan daha fazla yaratıcılığı hak etmiş bir sanat olmalıdır. Elbette günümüzde bilgisayarsız grafik tasarım düşünülmesi de, grafik tasarımcının çizim yeteneğinin olmaması da düşünülemez. Çünkü bilgisayar insan kadar duygusal değildir ve tamamen programlarla başlayıp biten tasarımlar kağıtla başlayıp bilgisayarda sonlanan tasarımlar karşısında etkisiz olacaktır.

4.3. GRAFİK TASARIMCILARIN TASARIMLARINI HANGİ BEKLENTİYE GÖRE OLUŞTURDUKLARI

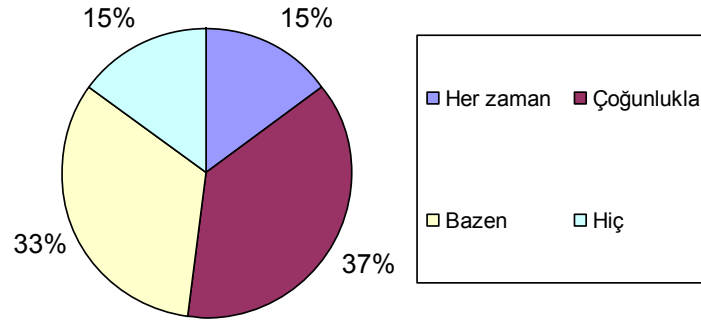
Grafik tasarımcılar tasarımlarını hazırlarken, hedef kitlelerinin beklentileri doğrultusunda hazırlamaktadırlar ancak, bazı müşteriler hedef kitle beklentilerinden ziyade kendi beğenileri ve istekleri doğrultusunda tasarımlara şekil vermektedirler. Ajans sahipleri ve yöneticilerinin bu durumda müşterinin isteklerini geri çevirmemek için grafik tasarımcıya doğrudan ya da dolaylı yoldan müdahaleleri olmaktadır. Araştırmanın bu bölümünde grafik tasarımcılarının tasarımlarını oluştururken karşılaştıkları beklentiler ve yaptırımlar incelenecektir

4.3.1 Hedef kitle ve grafik tasarımcı ilişkisi

Bu bölümde grafik tasarımcıların hedef kitlelerinin önceden araştırıp araştırılmadığı, hedef kitlelerinin beklentilerini karşılayıp karşılamadıkları, hedef kitle beklentileri doğrultusunda araştırmalar yapılıp yapılmadığı gibi konular incelenecektir.

Grafik tasarım ürünlerini hazırlama sürecinde hedef kitlenizi göz önünde bulundururken hangisini dikkate alırsınız?

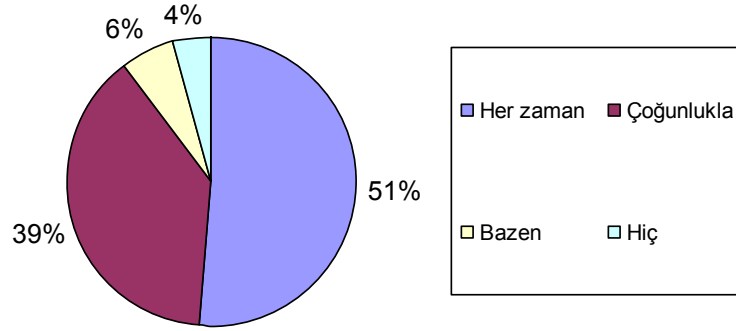
Hedef kitlem önceden araştırılmıştır bana gelen veriler doğrultusunda tasarım yaparım.



(**Grafik 36:** Hedef kitlem önceden araştırılır bana gelen veriler doğrultusunda tasarımlarımı yaparım)

“Hedef kitlem önceden araştırılır, bana gelen veriler doğrultusunda tasarımlarımı yaparım” önerisine; araştırmaya katılanların yüzde on beşlik kesim her zaman, yüzde otuz yedilik kesim çoğunlukla, yüzde otuzüçlük kesim bazen, yüzde on beşlik kesim ise hiç şeklinde cevap vermişlerdir. Görülmektedir ki, müşterilerin büyük kısmı hedef kitle araştırmasını grafik tasarımcıya bırakmaktadır.

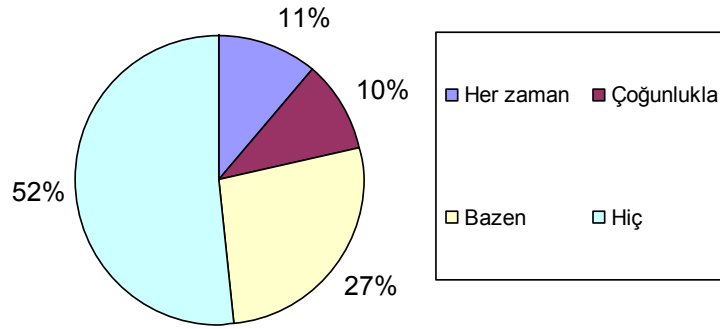
Hedef kitlemi araştırıp tasarımlarımı gerçekleştiririm.



(Grafik 37: Hedef kitlemi araştırıp tasarımları gerçekleştiririm)

“Hedef kitlemi araştırıp tasarımları gerçekleştiririm” önerisine verilen cevaplar; yüzde elli birlik kesim her zaman, yüzde otuz dokuzluk kesim çoğunlukla, yüzde altılık kesim bazen, yüzde dördlük kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir. Sonuçlardan anlaşıldığı gibi hedef kitle araştırması büyük oranda grafik tasarımcıya bırakılmıştır. Bu durum müşterilerin grafik tasarımcılara olan güveni olarak nitelendirirse de, mesajın hedef kitleye iletilmesi noktasında başarısız olunması durumunda yine grafik tasarımcınının sorumlu tutulması olasıdır.

Hedef kitlemin beklentilerini göz önünde bulundurmadan tasarımlarımı yaparım



(Grafik 38: Hedef kitlemin beklentilerini göz önünde bulundurmadan tasarımlar yaparım)

“Hedef kitlemin beklentilerini göz önünde bulundurmadan tasarımlar yaparım” önerisine verilen cevaplar; yüzde on birlik kesim her zaman, yüzde onluk kesim çoğunlukla, yüzde yirmi yedilik kesim bazen, yüzde elli ikilik kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir. Tasarımcıların büyük çoğunluğu hedef kitlelerinin beklentilerini karşılamaya çalışırken, azımsanmayacak bir çoğunluk da hedef kitlelerinin beklentilerini dikkate almamaktadır.

Bu durumun sebepleri arasında müşterinin hedef kitle beklentisi olmaksızın kendi beğeni ve isteklerini tasarımcıya dayatması ya da hedef kitesini çok iyi etüt ettiğini düşünen grafik tasarımcının hedef kitle beklentileri dışında yepyeni deneysel bir fikirle mesajını iletme çabası gösterilebilir. Ancak bu sebepler iletilmek istenen mesajın alıcıya (hedef kitleye) ulaşması noktasında sıkıntılar yaratabilir.

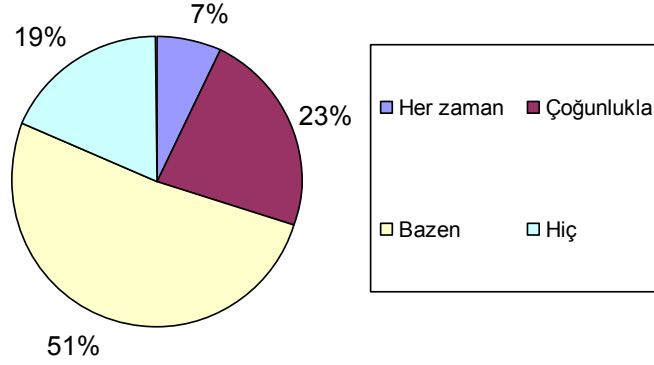
Yapılması gereken hedef kitle analizinin grafik tasarımcıya detaylı bir şekilde sunulup tasarımcının konu hakkında araştırma yapma imkanını genişletmektir. Aksi takdirde grafik tasarımcı zamanla yarıştığı için hedef kitle saptaması ve tasarım öncesi araştırma yapması tasarım sürecinin daralmasına ve istenen nitelikte tasarımları gerçekleştirmemesine sebep olacaktır.

4.3.2. Ajans sahipleri ve yöneticileri ile grafik tasarımcı ilişkisi

Bu bölümde grafik tasarımcıların çalıştıkları ajans içinde, ajans sahibi ya da üst yöneticileri ile olan mesleki ilişkileri incelenmiştir.

Grafik tasarım uygulamalarında ajansınız içinde aşağıdaki durumlarla ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz?

Bu ajansta kendi görüşlerimi uygulamada sorunlar yaşıyorum.

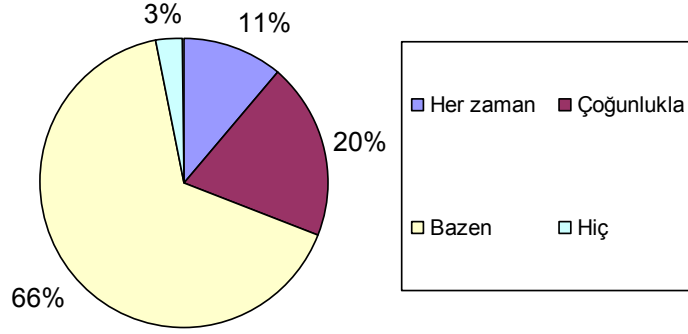


(Grafik 39: Bu ajansta kendi görüşlerimi uygulamada sorunlar yaşıyorum)

“Bu ajansta kendi görüşlerimi uygulamada sorunlar yaşıyorum” önerisine yüzde yedilik kesim her zaman, yüzde yirmi üçlük kesim çoğunlukla, yüzde elli dokuzluk kesim bazen, yüzde on dokuzluk kesim ise hiç cevabını vermiştir.

Ankete katılım neticesinde alınan cevaplarda “her zaman” ve “çoğunlukla” seçeneğini işaretleyenlerin toplamı yüzde otuz iken hiç cevabını işaretleyenlerin tek başına oranları yüzde on dokuzdur. Bu durumda grafik tasarımcılarının büyük çoğunluğunun çalıştıkları ajansta tasarım bazında görüşlerini uygulama konusunda ciddi sıkıntı içinde oldukları söylenebilir.

İşyeri sahibim ya da üst yöneticilerim tasarımlarıma müdahale eder.

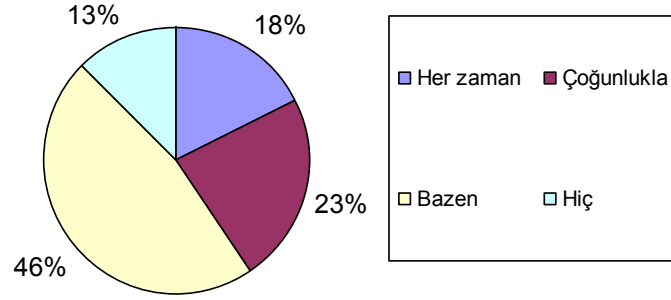


(**Grafik 40:** İşyeri sahibim ya da üst yöneticilerim tasarımlarıma müdahale eder)

“İşyeri sahibim ya da üst yöneticilerim tasarımlarıma müdahale eder” önerisine; yüzde on birlik kesim her zaman, yüzde yirmilik kesim çoğunlukla, yüzde atmış altılık kesim bazen, yüzde üçlük kesim ise hiç cevabını vermiştir.

Oranlardan çıkan sonuç; ajans sahipleri ya da üst yöneticiler, grafik tasarımcılarının yaptıkları tasarımlara sıklıkla müdahale ettikleri yönündedir. Bu durum grafik tasarımcının yaratıcılığını zorlaması noktasında tasarımcıyı olumsuz yönde etkiler.

Mesajımı hangi grafik tasarım mecrasında (afiş billboard vb) tasarlayacağıma ben karar veriyorum



(**Grafik 41:** Mesajımı hangi grafik tasarım mecrasında tasarlayacağıma ben karar veriyorum)

“Mesajımı hangi grafik tasarım mecrasında (afiş billboard vb) tasarlayacağıma ben karar veriyorum” önerisine; verilen cevaplar yüzde on sekizlik kesim her zaman, yüzde yirmi üçlük kesim çoğunlukla, yüzde kırk altılık kesim bazen, yüzde on üçlük kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir.

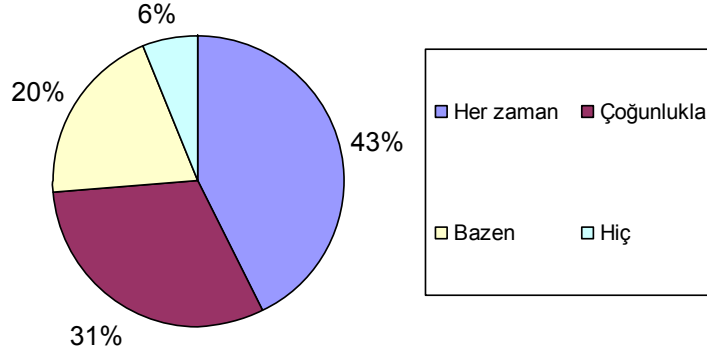
Grafik tasarımcıların büyük çoğunluğu, oluşturacakları tasarımlarının hangi mecrada uygulanması gerektiği konusunda sınırlandırılmış görünmektedirler.

4.3.3.Müşteri ve grafik tasarımcı ilişkisi

Bu bölümde grafik tasarımcıların yapmış oldukları tasarımların, müşteri tarafından beğenilmediği takdirde ne tavrı takındıkları incelenmiştir.

Müşterileriniz tasarımlarınızı beğenmediğinde aşağıdaki davranışlarda ne sıklıkla bulunursunuz?

Tasarımlarımı müşteriye beğendirmek için uğraşırım.

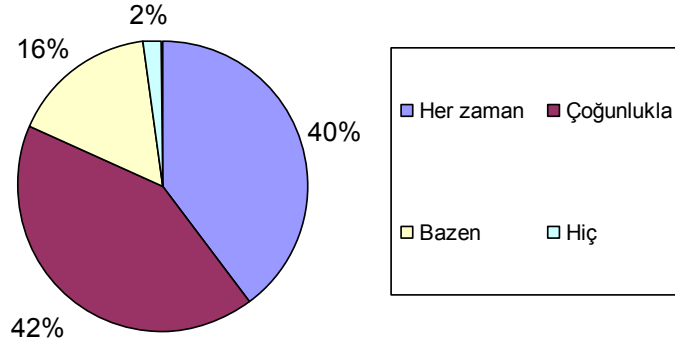


(Grafik 42: Tasarımlarımı müşteriye beğendirmek için uğraşırım)

“Tasarımlarımı müşteriye beğendirmek için uğraşırım” önerisine; araştırmaya katılanların yüzde kırk üçlük kesimi her zaman, yüzde otuz birlik kesimi çoğunlukla, yüzde yirmilik kesimi bazen, yüzde altılık kesimi ise hiç şeklinde cevap vermiştir.

“Her zaman” ve ”çoğunlukla” kesimlerinin oranlarının toplamı yüzde yetmiş dört iken, “bazen” ve “hiç” kesimlerinin toplamı yüzde yirmi altıda kalmıştır. Bu durumda grafik tasarımcıların, ilk etapta tasarımlarını değiştirmeden müşteriye ikna etme yoluna gittikleri söylenebilir.

Müşterimi dinler, tasarımında değişiklikler yaparım.



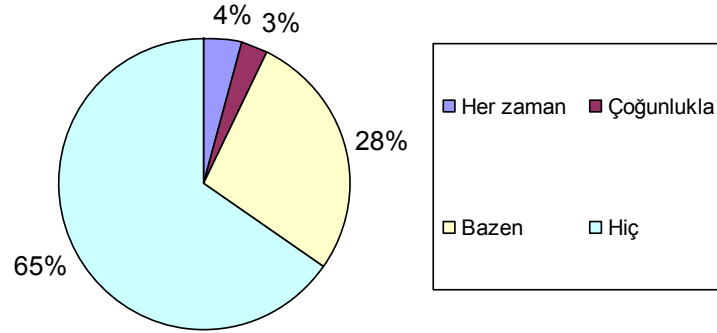
(Grafik 43: Müşterilerimi dinler tasarımlarımda değişiklikler yaparım)

“Müşterilerimi dinler tasarımlarımda değişiklikler yaparım” önerisine verilen cevaplar; yüzde kırklık kesim her zaman, yüzde kırk ikilik kesim çoğunlukla, yüzde onaltılık kesim bazen, yüzde ikilik kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir.

Görülmektedir ki, grafik tasarımcıların büyük çoğunluğu müşterilerinin isteği doğrultusunda tasarımlarını değiştirmektedirler.

Bu durumda bir önceki grafikte de bahsettiğimiz gibi Türkiye’de grafik tasarım bilincinin henüz yerleşmemiş olması en büyük etkindir. Bir grafik tasarımda değişikliği art direktör yapar ise kabul edilebilir. Fakat müşterinin kendisi değişiklik yapıyorsa bu durum tasarımın imzasına dahi gölge düşürür.

Tasarımı başka bir arkadaşına devrederim.

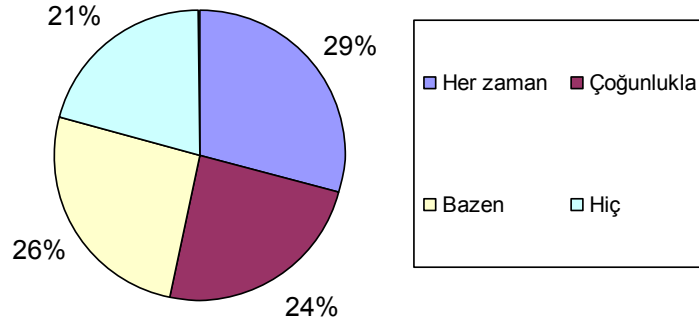


(Grafik 44: Tasarımı başka bir arkadaşına devrederim)

“Tasarımı başka bir arkadaşına devrederim” önerisine; yüzde dördlük kesim her zaman, yüzde üçlük kesim çoğunlukla, yüzde yirmi sekizlik kesim bazen, yüzde atmış beşlik kesim ise hiç şeklinde cevap vermiştir.

Bu sonuçlardan, grafik tasarımcıların büyük çoğunluğunun aldıkları işi başka tasarımcılara devretmeden kendilerinin bitirdikleri anlaşılmaktadır.

Müşteri ile ben yüz yüze gelmem, müşteri temsilcileri ilgilenir, bana bilgi verir.



(Grafik 45: Müşteri ile ben yüz yüze gelmem müşteri temsilcileri ilgilenir bana bilgi verir)

“Müşteri ile ben yüz yüze gelmem, müşteri temsilcileri ilgilenir bana bilgi verir” önerisine; yüzde yirmi dokuzluk kesim her zaman, yüzde yirmi dördlük kesim, çoğunlukla yüzde yirmi altılık kesim bazen, yüzde yirmi birlik kesim ise hiç şeklinde cevap verilmiştir.

Grafik tasarımcıların büyük çoğunluğu müşterileri ile yüz yüze gelmese de; müşteri temsilcileri, müşterinin tasarım hakkındaki istek, dilek ve şikayetlerini grafik tasarımcılarına müşteri yerine iletmektedirler.

Müşteri temsilcileri genellikle grafik tasarımcının yanında müşteriyi, müşterinin yanında ise tasarımcıyı destekleyerek orta yolu bulmaktadır.

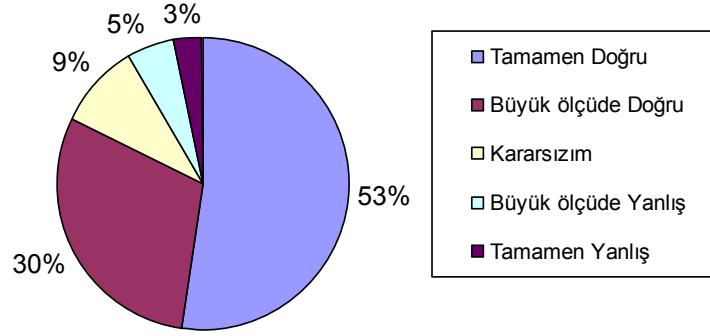
4.4.GRAFİK TASARIMCILARIN EĞİTİM DURUMLARI

Bu bölümde araştırmaya katılan grafik tasarımcıların grafik tasarım sanatı ve grafik tasarım eğitimi hakkındaki görüşleri öğrenilmeye çalışılmıştır.

4.4.1. Tasarımcıların Grafik Tasarım Hakkındaki Görüşleri

Grafik tasarımı hakkında aşağıdaki görüşlere ne ölçüde katılıyorsunuz?

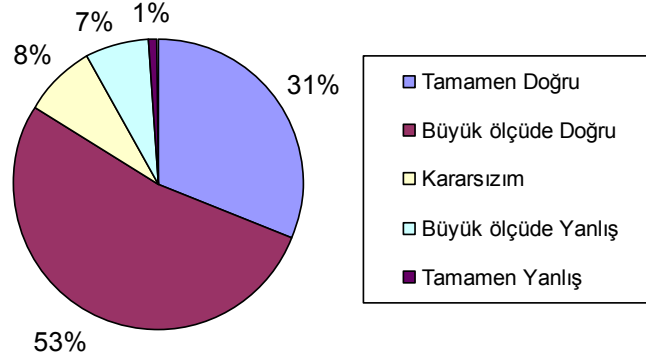
Grafik tasarım sanatla ticaretin bir birleşimidir.



(Grafik 46: Grafik tasarım sanatla ticaretin bir birleşimidir)

“Grafik tasarım sanatla ticaretin bir birleşimidir” önerisine; ankete katılanların yüzde elli üçü tamamen doğru, yüzde otuzu büyük ölçüde yanlış, yüzde dokuzu, kararsızım, yüzde beşi büyük ölçüde yanlış, yüzde üçü ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir. Grafikten çıkan sonuç, grafik tasarım sanatla ticaretin birleşimi konumundadır. Bunun nedeni grafik tasarımın uygulama alanlarına bakıldığında anlaşılacaktır. Bir ressam tuval üzerine sanatını icra ederken bir müzisyen sanatını notalarla dile getirmektedir. Grafik tasarımcının ise sanatı aktaracağı en önemli mecra, yazılı ve görsel mesajlar kullanan ticari ürünlerdir.

Grafik tasarım ürünü aynı zamanda sanatsal bir ürün de olmalıdır.

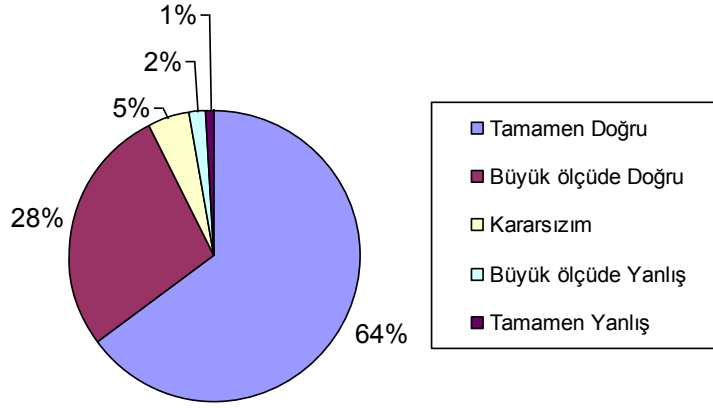


(**Grafik 47:** Grafik tasarım aynı zamanda sanatsal bir üründe olmalıdır)

“Grafik tasarım aynı zamanda sanatsal bir üründe olmalıdır” önerisine; yüzde otuz birlik kesim tamamen doğru, yüzde elli üçlük kesim büyük ölçüde doğru, yüzde sekizlik kesim kararsızım, yüzde yedilik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde birlik dilim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

Araştırmaya katılanların “tamamen doğru” kesimi ve “büyük ölçüde doğru” kesiminin oranları toplamı yüzde seksen dördtür. Bu durumda grafik tasarımın aynı zamanda sanatsal bir ürün de olması sonucu çıkarılabilir.

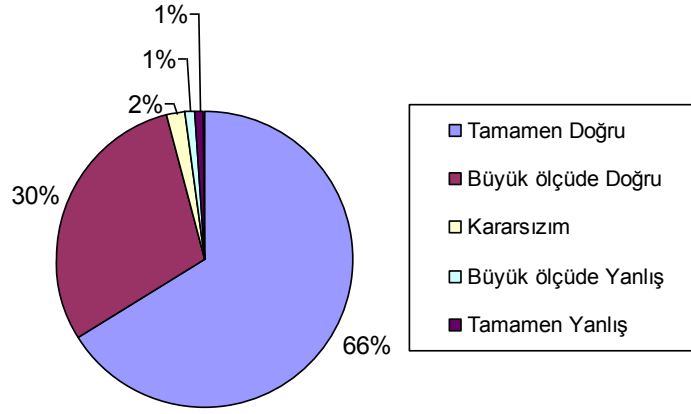
Grafik tasarım reklâm sektörünün vazgeçilmez bir parçasıdır.



(**Grafik 48:** Grafik tasarım reklam sektörünün vazgeçilmez bir parçasıdır)

“Grafik tasarım reklam sektörünün vazgeçilmez bir parçasıdır” önerisine verilen cevaplar; yüzde atmış dördünlük kesim tamamen doğru, yüzde yirmi sekizlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde beşlik kesim kararsızım yüzde ikilik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde birlik kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir. Bu oranlardan çıkarılacak sonuç; büyük çoğunluk tarafından grafik tasarım sanatı, reklam sektörünün vazgeçilmez bir parçası olarak görülmektedir. Ve yazılı mesajlar hayatımızda olduğu sürece de grafik tasarımı reklam sektörünün vazgeçilmez bir parçası olmaya devam edecektir.

Grafik tasarımı yaratıcılık gerektiren bir meslektir

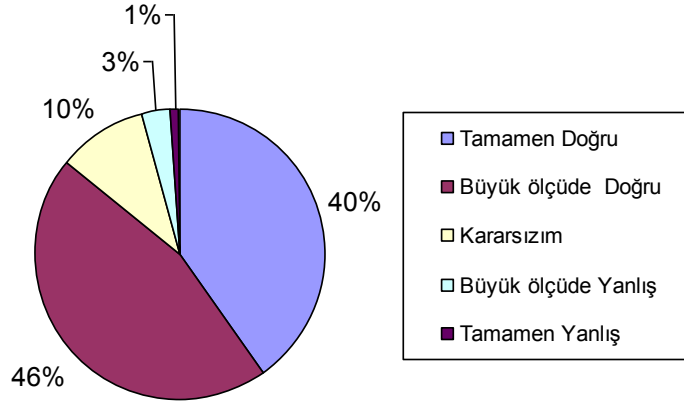


(**Grafik 49:** Grafik tasarım yaratıcılık gerektiren bir meslektir)

“Grafik tasarım yaratıcılık gerektiren bir meslektir” ifadesine; yüzde altmış altılık kesim tamamen doğru, yüzde otuzluk kesim büyük ölçüde doğru, yüzde ikilik kesim kararsızım, yüzde birlik kesim büyük ölçüde yanlış, yine yüzde birlik kesim tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

Tablodan da anlaşıldığı gibi, grafik tasarım kesinlikle yaratıcılık gerektiren bir meslek olarak görülmektedir.

Grafik tasarımı özel bir yetenek ve eğitim gerektirir herkes yapamaz

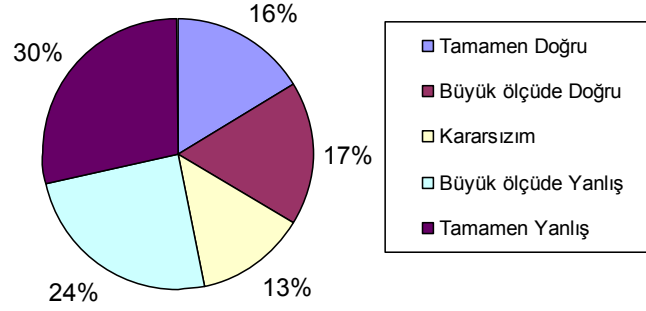


(*Grafik 50:* Grafik tasarım özel bir yetenek ve eğitim gerektirir herkes yapamaz)

“Grafik tasarım özel bir yetenek ve eğitim gerektirir, herkes yapamaz” önerisine; yüzde kırklık kesim tamamen doğru, yüzde kırk altılık kesim büyük ölçüde doğru, yüzde onluk kesim kararsızım, yüzde üçlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde birlik kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

Ankete katılım sonucunda alınan cevaplara göre, grafik tasarım çok büyük oranla özel yetenek ve eğitim gerektiren görsel zekası yüksek kişilerce yapılması gereken bir sanat dalıdır.

Grafik tasarım bilgisi olmadan da tasarımlar yapılabilir



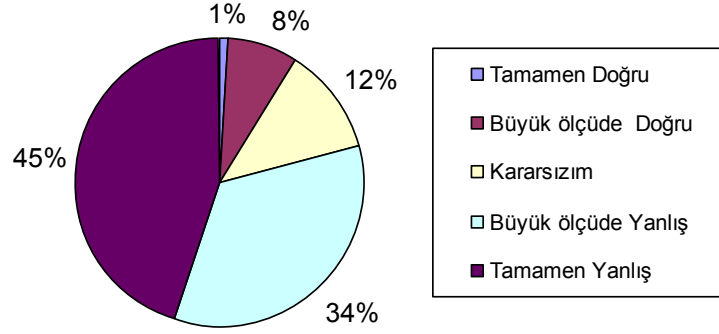
(**Grafik 51:** Grafik tasarım bilgisi olmadan da tasarımlar yapılabilir)

“Grafik tasarım bilgisi olmadan da tasarımlar yapılabilir” önerisine verilen cevaplar; yüzde on altılık kesim tamamen doğru, yüzde on yedilik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde on yedilik kesim kararsızım, yüzde yirmi dördlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde otuzluk kesim ise tamamen yanlış cevabını vermiştir.

Verilen cevapların dağılımı neredeyse eşit oranda olup, tamamen doğru ve büyük ölçüde doğru kesimlerinin oranı yüzde otuzüç, tamamen yanlış ve büyük ölçüde yanlış kesimlerinin oranı ise yüzde elli dördtür.

Bu sonuç da göstermektedir ki, grafik tasarımcılar arasında dahi tasarım bilinci net olarak şekillenmemiştir.

Bu iş için sadece grafik tasarım programları bilmek de yeterlidir.



(Grafik 52: Bu iş için sadece grafik tasarım programlarını bilmek yeterlidir)

“Bu iş için sadece grafik tasarım programlarını bilmek yeterlidir” önerisine; yüzde birlik kesim tamamen doğru, yüzde sekizlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde on ikilik kesim kararsızım, yüzde otuz dördlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde kırk beşlik kesim tamamıyla yanlış cevabını vermiştir. Yüzde yetmiş dokuzluk kesim “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” seçeneklerin işaretlerken, yüzde dokuzluk kesim “tamamen doğru” ve büyük ölçüde doğru” seçeneklerini işaretlemiştir.

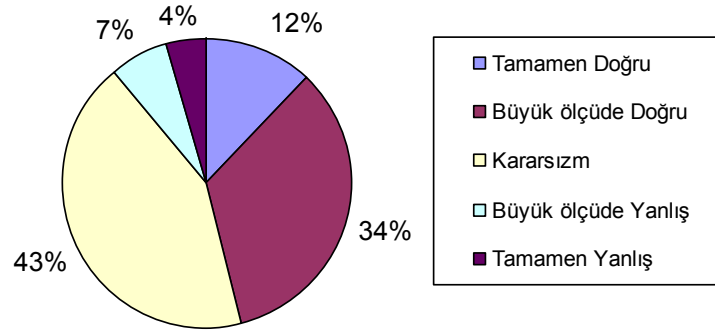
Çıkan oranlardan görülmektedir ki, tek başına grafik tasarım programlarını bilmek grafik tasarımcı olmak için yeterli değildir.

4.4.2.Tasarımcıların grafik tasarım eğitimi hakkındaki görüşleri

Araştırmanın son bölümü olan bu bölümde grafik tasarımı eğitimi almış ve almamış tasarımcılar arasındaki farklar karşılaştırılmıştır.

Herhangi bir üniversitenin grafik tasarım bölümlerinden mezun iseniz aşağıdaki düşüncelere ne kadar katılırsınız?

Bölümümüzde bu iş için çok iyi yetiştirildim.



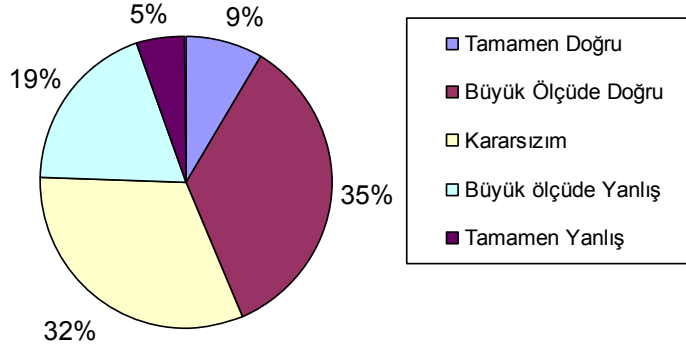
(Grafik 53: Bölümümüzde çok iyi yetiştirildim)

“Bölümümüzde çok iyi yetiştirildim” önerisine; verilen cevaplar yüzde on ikilik kesim tamamen doğru, yüzde otuz dördlük kesim büyük ölçüde doğru, yüzde kırk üçlük kesim kararsızım, yüzde yedilik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde dördlük kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranlarının toplamı yüzde kırk altı, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin oranının toplamı ise yüzde on birdir,

Bu grafikten çıkarılacak sonuç, tasarımcılar grafik tasarım bölümlerinden genel olarak memnun görünseler de, kararsızların oranı bu durum hakkında kesin yorum yapmamıza engel olmaktadır.

Bölümümüzde yeterli teknik bilgi aldım.



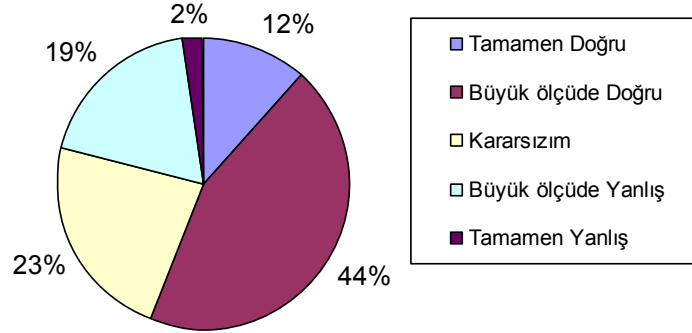
(Grafik 54: Bölümümüzde yeterli teknik bilgi aldım)

“Bölümümüzde yeterli teknik bilgi aldım” önerisine verilen cevaplar; yüzde dokuzluk kesim tamamen doğru, yüzde otuz beşlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde otuz ikilik kesim kararsızım, yüzde on dokuzluk kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde beşlik kesim ise tamamen yanlış şeklindedir.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını veren kesimin toplam oranları yüzde kırk dört, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını veren kesimin oranları toplamı ise yüzde yirmi dört şeklindedir.

Grafikten çıkarılacak sonuç; tasarımcıların, üniversitelerinin grafik tasarım bölümlerinden yeterli teknik bilgi aldığı çoğunlukta olsa da, kararsızların oranı bu tablodan net bir sonuca varılamayacağını göstermiştir.

Bölümümüzde yeterli sanatsal bir bilgi verildi

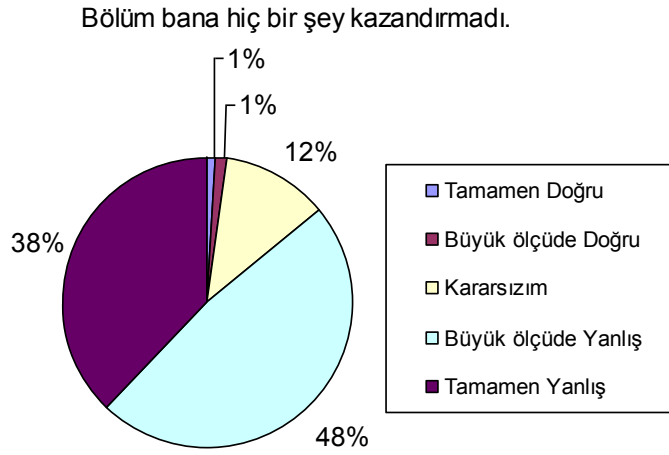


(Grafik 55: Bölümümüzde yeterli sanatsal bilgi verildi)

“Bölümümüzde yeterli sanatsal bilgi verildi” önerisine verilen cevapların; yüzde on ikilik kesimi tamamen doğru, yüzde kırk dördlük kesimi büyük ölçüde doğru, yüzde yirmi üçlük kesimi kararsızım, yüzde on dokuzluk kesimi büyük ölçüde yanlış, yüzde ikilik kesimi ise tamamen yanlış şeklindedir.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını veren kesimin oranları toplamı yüzde elli altı iken, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin oranları toplamı yüzde yirmi birdir.

Bu durumda kararsızların hepsi “tamamen yanlış” veya “büyük ölçüde yanlış” seçeneğini işaretleseler bile; yüzde elli altı oranla tasarımcılar, grafik tasarım bölümlerinde yeterli sanatsal bilgi ve donanıma sahip olduklarını düşünmektedirler.



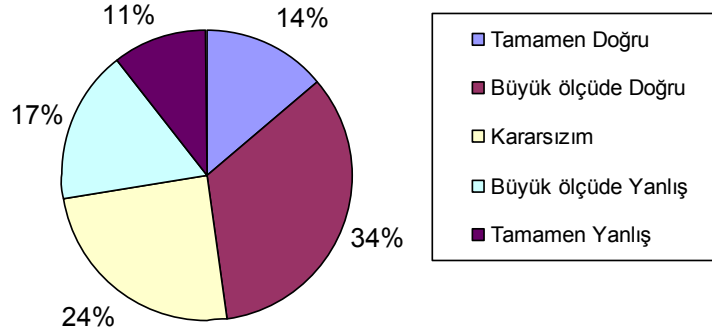
(Grafik 56: Bölüm bana hiç bir şey kazandırmadı)

“Grafik tasarım bölümü bana hiç bir şey kazandırmadı” önerisine verilen cevaplar; yüzde birlik kesim tamamen doğru, yüzde birlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde on ikilik kesim kararsızım, yüzde kırk sekizlik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde otuz sekizlik kesim ise tamamen yanlış şeklindedir.

“Tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” kesimlerinin oranları toplamı yüzde seksen altı iken, “tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranı yüzde ikide kalmıştır.

Tablodan da anlaşılacağı gibi; üniversitelerin grafik tasarım bölümünden mezun olan tasarımcılar, az ya da çok grafik tasarımı hakkında birikim edindikleri yönündedir.

Bu işi okulda değil piyasada öğrendim.



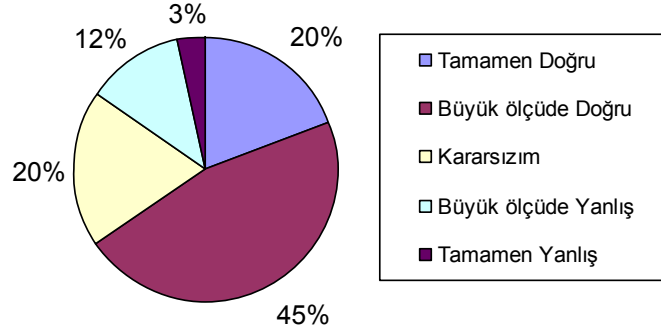
(Grafik 57: Bu işi okulda değil piyasada öğrendim)

“Bu işi okulda değil, piyasada öğrendim” önerisine; yüzde on dördlük kesim tamamen doğru, yüzde otuz dördlük kesim büyük ölçüde doğru, yüzde yirmi dördlük kesim kararsızım, yüzde on yedilik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde on birlik kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

“Tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin toplam oranları yüzde kırk sekiz iken, “tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranları toplamı yüzde yirmi sekizdir.

Bu grafikten çıkarılacak sonuç; grafik tasarım eğitimi almış tasarımcıların büyük çoğunluğu grafik tasarım donanımlarını bölümlerinde edinmiş olsalar da, aksini düşünen tasarımcıların oranı da azımsanacak oranda değildir.

Okulda öğrendiklerimin sayesinde piyasa işlerinde daha başarılı oldum.



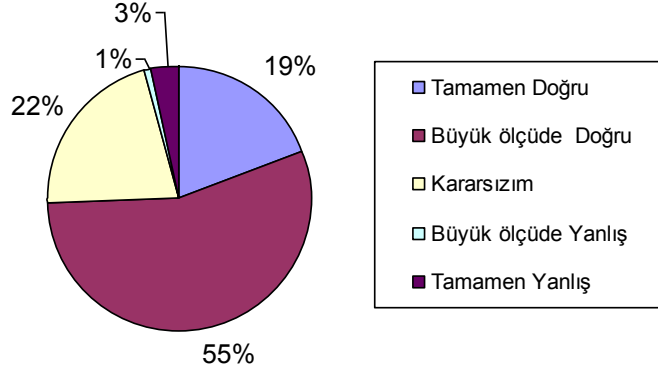
(Grafik 58: Okulda öğrendiklerimin sayesinde piyasa işlerinde daha başarılı oldum)

“Okulda öğrendiklerimin sayesinde piyasa işlerinde daha başarılı oldum” önerisine; yüzde yirmilik kesim tamamen doğru, yüzde kırk beşlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde yirmilik kesim kararsızım, yüzde on ikilik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde üçlük kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin toplamının oranı yüzde atmış beş, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin toplamının oranı ise yüzde on beştir.

Oranlardan anlaşıldığı gibi grafik tasarımı eğitimi almış tasarımcılar kendilerini okulda aldıkları eğitim sayesinde piyasada daha başarılı görmektedirler.

Grafik tasarım bölümünden mezun olmayanlara göre daha başarılı olduğum kanısındayım.

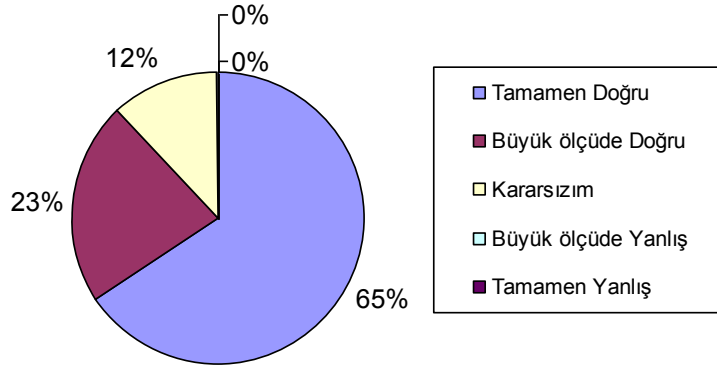


(**Grafik 59:** Grafik tasarım bölümünden mezun olmayanlara göre daha başarılı olduğum kanısındayım)

“Grafik tasarım bölümünden mezun olmayanlara göre daha başarılı olduğum kanısındayım” önerisine; yüzde on dokuzluk kesim tamamen doğru, yüzde elli beşlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde yirmi ikilik kesim kararsızım, yüzde birlik kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde üçlük kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir. “Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranları toplamı yüzde yetmiş dört, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin oranları toplamı ise yüzde beşte kalmıştır.

Tablodan anlaşıldığı gibi, grafik tasarım bölümü mezunları kendilerini grafik tasarım bölümü mezun olmayan tasarımcılardan başarılı görmektedirler.

Bu eğitim mutlaka alınmalıdır.



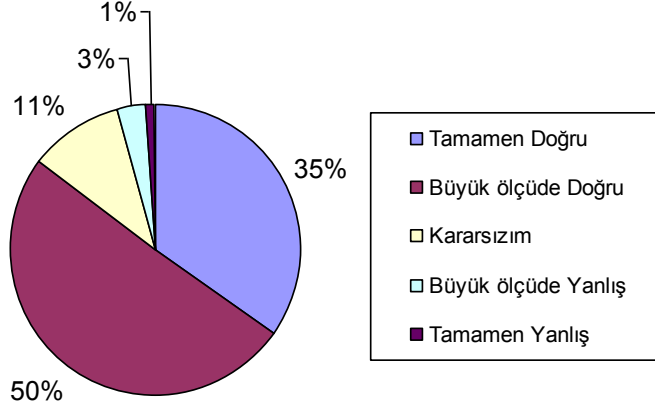
(Grafik 60: Bu eğitim mutlaka alınmalıdır)

“Bu eğitim mutlaka alınmalıdır” önerisine; yüzde atmış beşlik kesim tamamen doğru, yüzde yirmi üçlük kesim büyük ölçüde doğru, yüzde on ikilik kesim kararsızım şeklinde cevap verirken, büyük ölçüde yanlış ve tamamen yanlış seçeneklerini işaretleyen olmamıştır.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranları toplamı yüzde seksen sekiz iken, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını veren çıkmamıştır. Tablodan çıkarılacak sonuç; araştırmaya katılan grafik tasarım mezunu olan tasarımcıların görüşü bu eğitimin mutlaka alınması yönündedir.

Herhangi bir üniversitenin grafik tasarım bölümünden mezun değilseniz aşağıdaki görüşlere ne ölçüde katılırsınız?

Grafik tasarımı kendi çabalarımla öğrendim.



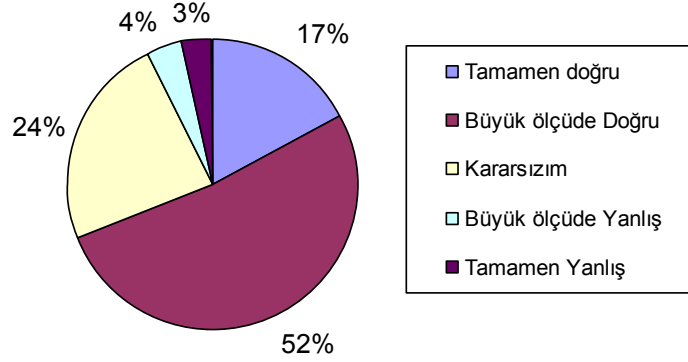
(Grafik 61: Grafik tasarımı kendi çabalarımla öğrendim)

“Grafik tasarımı kendi çabalarımla öğrendim” önerisine; yüzde otuz beşlik kesim tamamen doğru, yüzde ellilik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde on birlik kesim kararsızım, yüzde üçlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde birlik kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermişlerdir.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranları toplamı yüzde seksen beş iken, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin oranları toplamı yüzde dörtte kalmıştır

Tablodan çıkarılacak sonuç; herhangi bir üniversitenin grafik tasarım bölümünden mezun olmayan tasarımcıların, bu mesleği grafik tasarım kursları ile, tasarım programlarının kullanım kitaplarını ve dergilerini takip ederek akademik bir disiplin olmadan kendi çabalarıyla öğrendikleri yönündedir.

Bu iş için yeterli bilgiye ve donanıma sahibim.



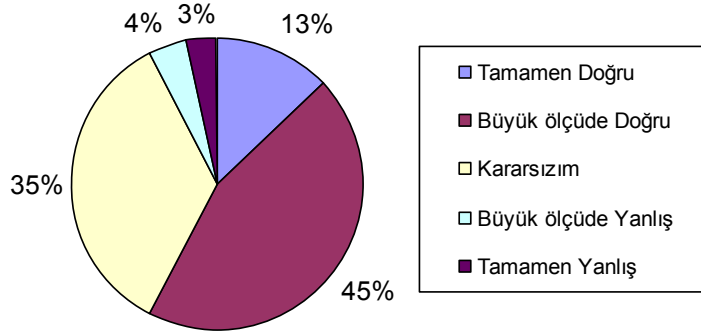
(Grafik 62: Bu iş için yeterli bilgiye ve donanıma sahibim)

“Bu iş için yeterli bilgiye ve donanıma sahibim” önerisine; yüzde on yedilik kesim tamamen doğru, yüzde elli ikilik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde yirmi dördlük kesim kararsızım, yüzde dördlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde üçlük kesim ise tamamen yanlış cevabını vermiştir.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranları toplamı yüzde atmış dokuz iken, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin toplamı yüzde yedide kalmıştır.

Bu verilerden çıkarılacak sonuç; grafik tasarım eğitimi almamış tasarımcıların kendilerini, bu iş için yeterli bilgi ve donanıma sahip halde gördükleri yönündedir.

Grafik tasarım eğitimi almış kişilerden tasarım yaratma boyutunda bir farkım yok.



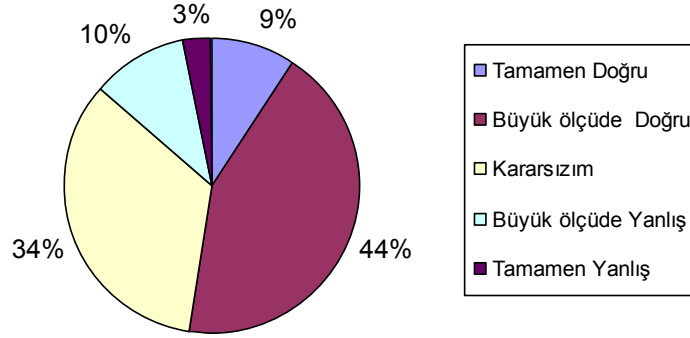
(**Grafik 63:** Grafik tasarım eğitimi almış kişilerden tasarım yaratma boyutunda bir farkım yok)

“Grafik tasarım eğitimi almış kişilerden tasarım yaratma boyutunda bir farkım yok” önerisine; yüzde on üçlük kesim tamamen doğru, yüzde kırk beşlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde otuz beşlik kesim kararsızım, yüzde dördlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde üçlük kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermiştir.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranlarının toplamı yüzde elli sekiz, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin oranlarının toplamı yüzde yedi şeklindedir.

Bu verilerden çıkaracağımız sonuç; grafik tasarım eğitimi almamış tasarımcılar, kendilerini tasarım yaratma konusunda grafik tasarım bölümlerinden mezun olan tasarımcılardan farklı görmemektedirler.

Grafik tasarım eğitimi almış kişiler karşısında eksik yönlerim bulunmakta.



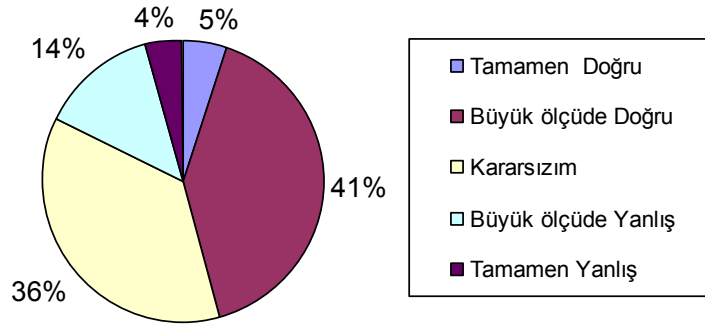
(*Grafik 64:* Grafik tasarım eğitimi almış kişiler karşısında eksik yönlerim bulunmakta)

“Grafik tasarım eğitimi almış kişiler karşısında eksik yönlerim bulunmakta” önerisine; yüzde dokuzluk kesim tamamen doğru, yüzde kırk dördlük kesim büyük ölçüde doğru, yüzde otuz dördlük kesim kararsızım, yüzde onluk kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde üçlük kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevap vermişlerdir.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranlarının toplamı yüzde elli üç iken, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin oranlarının toplamı yüzde on üç de kalmıştır.

Bu grafikten çıkarılacak sonuç; grafik tasarım eğitimi almamış tasarımcılar, kendilerinin büyük oranda tasarım eğitimi almış tasarımcılardan eksik yönlerinin bulunmadıklarını düşünmektedirler şeklinde olmalıdır.

Bu eğitimi almış kişilerden daha iyi ürünler oluşturuyorum.

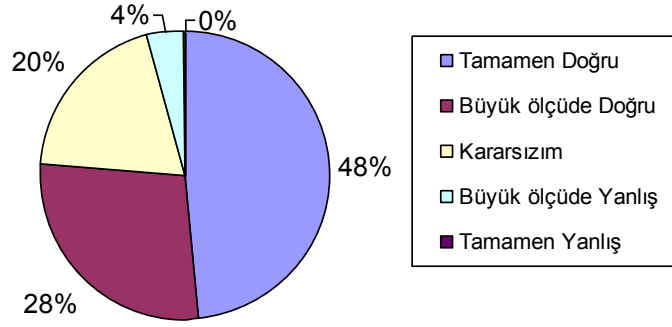


(Grafik 65: Bu eğitimi almış kişilerden daha iyi ürünler oluşturuyorum)

“Bu eğitimi almış kişilerden daha iyi ürünler oluşturuyorum” önerisine; yüzde beşlik kesim tamamen doğru, yüzde kırk birlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde otuz altılık kesim kararsızım, yüzde on dördlük kesim büyük ölçüde yanlış, yüzde dördlük kesim ise tamamen yanlış şeklinde cevaplamıştır.

“Tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin oranlarının toplamı yüzde kırk altı iken, “tamamen yanlış” ve “büyük ölçüde yanlış” cevabını verenlerin oranlarının toplamı yüzde on sekiz şeklindedir. Her ne kadar yüzde kırk altılık kesim “tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını vermişlerse de, kararsızların yüzde otuz altılık oranı bu durum hakkında kesin bir görüş bildirmemizi engellemektedir.

Grafik tasarım eğitimi almak isterdim.



(*Grafik 66:* Grafik tasarım eğitimi almak isterdim)

“Grafik tasarım eğitimi almak isterdim” önerisine; yüzde kırk sekizlik kesim tamamen doğru, yüzde yirmi sekizlik kesim büyük ölçüde doğru, yüzde yirmilik kesim kararsızım, yüzde dördlük kesim büyük ölçüde yanlış, şeklinde cevaplamışlardır. Tamamen yanlış seçeneğine cevap veren olmamıştır.

“Tamamen doğru” ve “büyük ölçüde doğru” cevabını verenlerin oranlarının toplamı yüzde yetmiş altıdır.

Verilerden çıkarılacak sonuç; tasarım eğitimi almamış grafik tasarımcıların, büyük oranda bu eğitimi almak istedikleri anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Grafik tasarımcıların sorunları üzerine yapılan bu alan araştırmasından çıkartılacak sonuçlar şöyledir.

Araştırmaya katılan tasarımcıların tasarımlarının özgünlüğü noktasında sorunlar yaşadıkları görülmüştür.

Ajans sahipleri ya da üst yöneticiler tarafından grafik tasarımcılar müşterileri karşısında haklı dahi olsalar ikinci planda kalmaktadırlar.

Yine ajans sahipleri ya da üst yöneticilerin ajans içindeki dominant tavrı grafik tasarımcıların yaratıcılıklarını sınırlandırmaktadır.

Grafik tasarımcılar iş başvurusunda bulunurken tasarım eğitimi almış olmalarının yanı sıra geniş portföylerinin ve piyasa deneyimlerinin de olması istenmektedir. Bu durum yeni mezun grafik tasarımcılar açısından sorun oluşturmaktadır.

Grafik tasarımcıların teknik donanımları noktasında; grafik tasarım programlarının çeşitliliği, öğrenilebilirlikleri açısından sorun yaratmaktadır. Nitekim araştırmaya katılan tasarımcıların her programa hakim olmadıkları görülmektedir.

Akademik eğitim almış grafik tasarımcılar, iyi kötü bir çizim yeteneğine sahip olmalarına rağmen elle çizim yapmaktan kaçınmaktadırlar.

Tasarım programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarı değiştirilmektedirler, akademik eğitim almamış olan tasarımcılar da aynı şekilde elle çizim yapmayarak tasarımlarını bilgisayar programlarının özelliklerine göre değiştirme yoluna gitmektedirler. Ve “alaylı” diye tabir ettiğimiz grafik tasarımcılar maalesef bu mesleğin yaratıcı olmadan da yapılabileceğini savunmaktadırlar.

Araştırmaya katılan tasarımcıların büyük çoğunluğu tasarımlarını hedef kitleye göre yaparken yine aynı hedef kitle tespitini kendilerinin yaptıkları gözlenmiştir. Bu durum grafik tasarım için hem zaman kaybı hem de hedef kitlenin sağlıklı belirlenmesi açısından sorun teşkil eder. Hedef kitle belirlemek, grafik tasarımcıların işi değildir.

Araştırma sonucunda ajanslarda müşteri temsilciliği departmanının tam olarak kullanılmadığı anlaşılmıştır. Bu da grafik tasarımcılarla müşterinin bire bir muhatap olmasına sebep olmaktadır ülkemizde müşteri profilinin grafik tasarım konusunda bilinçsizliğini göz önüne alındığında tasarımcıyla müşteri arasında da sorunlar yaşanmaktadır.

Araştırmaya katılan eğitimli tasarımcıların yarısına yakın kısmının, bu işi okuldan çok piyasada öğrendikleri görülmektedir. Ancak piyasada, okulda öğrendikleri sayesinde daha başarılı oldukları çıkan sonuçlardan anlaşılmaktadır. Dolayısıyla kendilerini grafik tasarım eğitimi almamış tasarımcılardan daha başarılı görmektedirler.

Tasarım eğitimi almamış grafik tasarımcılarının ise, bu mesleği kendi çabalarıyla ya da reklam ajanslarında çalışarak öğrendikleri saptanmış, ayrıca kendilerini tasarım eğitimi almış tasarımcılardan farklı görmedikleri ancak grafik tasarım eğitimi de almak istedikleri anlaşılmaktadır.

ÖNERİLER

Grafik tasarım eğitimi almış tasarımcılar çizim yeteneklerini kullanarak tasarımlarını oluşturmalarıdır. Böylece tasarımlar bilgisayar ürünü olmaktan çıkar, oluşturulan tasarımların sanatsal değeri artar, özgünlüğü büyük ölçüde muhafaza edilir.

Ajanslarda grafik tasarımcılara tasarımlarını oluşturma sürecinde müdahale eden üst yöneticiler tasarımların son halinde usta-çırak ilişkisi içinde ancak düzeltmeler yapmalıdır, tasarımların ana teması grafik tasarımcıya bırakılmalıdır.

Genç grafik tasarım öğrencileri öğrenim süreleri boyunca çeşitli ajanslarda zorunlu staja tabi tutulmalıdır. Böylece piyasa deneyimi kazanarak ajans sahiplerinin ve yöneticilerinin beklentilerini karşılayabilir duruma gelmelidir.

Araştırma sonucunda, reklam ajanslarında müşteri temsilciliği birimlerinin yeterli düzeyde olmadığı anlaşılmıştır. Nitelikli bir tasarım için, ajanslarda nitelikli müşteri temsilcileri istihdam edilmesi gerekmektedir. Zira grafik tasarımcının birebir müşteriyi muhatap olması yapmış olduğu tasarımı “ucuzlatmaktadır”.

Sanatın her dalında olduğu gibi grafik tasarım sanatında da usta-çırak ilişkisi geliştirilmelidir. Araştırma sonucundan kimin usta, kimin kalfa, kimin çırak olduğu anlaşılmamaktadır.

Bu işi kendi çabasıyla öğrenen de, iki aylık kurs bitiren de, dört yıllık üniversite bitiren de grafik tasarımcı kabul olarak edilmektedir.

Mesleğin niceliği çok genişlemesine rağmen, niteliği konusundaki diyagram eğrisi bu nicelik artışına göre yukarıya doğru bir kalite doğrultusu göstermemektedir.

Bu sorunun çözümü meslek örgütleri ve üniversiteler arasında olmalıdır. Tıpkı mimarlar, mühendisler, avukatlar gibi üniversitelerin grafik tasarım bölümlerinden mezun grafik tasarımcılara da imza yetkisi verilip tasarımların niteliği arttırılmalıdır. Böylece reklam pazarlama sektörü içinde grafik tasarım da sektör olarak yerini alacaktır.

KAYNAKLAR

Armutçu Ercan (2006). *Eğitim Fakülteleri Grafik Tasarım Ana Sanat Atölyeleri Ders içerikleri*. Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi. Marmara niversitesi eğitim bilimleri enstitüsü, İstanbul.

Becer, Emre (2002): *İletişim ve Grafik Tasarım (İkinci Basım)*. Dost Kitabevi, Ankara.

Bektaş, Dilek (2003). *Cumhuriyet'in İlk Döneminde Grafik Tasarım (1923-1943)*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Cavlaz, Müjgan ve Yeşilyurt, Didar, (2000): *Reklâm Ustaları Hl Yolumuzu Aydınlatıyor*. Her Yönüyle Pazarlama İletişimi, MediaCat Yayınları, Ankara.

Cevizci, Ahmet (1999): *Felsefe Sözlüğü*. Paradigma Yayınevi, İstanbul.

ivrilli, Nedim (1993): *Reklâmcılık*. Gündem Yayınevi, İstanbul.

Dülgeroğlu, Seval. (2006): *Grafik Tasarım ve Tüketim Süreçleri*, Grafik Tasarım Dergisi, Kasım, Sayı:2.

Ertep, Hakan (2007): *Günlük Yaşamımızın Ucundan Tutunan Bir Tasarım Nesnesi, Afiş*. Grafik Tasarım Dergisi, Ekim Sayı 13.

Gündem, Ebru (1995): *Reklam Terimleri Sözlüğü*. Yayınevi Yayıncılık, İstanbul.

Gürel Emel (1999): *Reklâm alışmalarında Yaratıcı Stratejinin Kullanılması*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 9.

Hrel, Feridun (2000): *Anlaşılmıyorsa Yaratıcı Değildir*. Her Yönüyle Pazarlama İletişimi, MediaCat Yayınları, Ankara.

İncilay Yurdakul (2002): *Türkiye'de Grafik Tasarım Tarihi, 5. Türk Kültürü Kongresi için bildiri*. Atatürk Kültür Merkezi yayını.

İpşiroğlu Mazhar şevket (2005): *İslamda Resim Yasağı ve Sonuçları*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Ketenci, Hasan Fehmi, ve Bilgili, Can, (2006). *Görsel İletişim&Grafik Tasarımı*. Beta Basım, İstanbul.

Karamustafa Sadık (2003): *21. Yüzyıl Türkiye'sinde Görsel İletişim Tasarımı Eğitimi*. Yayınlanmamış Sanatta yeterlik tezi, Mimar Sinan Üniversitesi.

Kocabaş, Füsun ve ELDEN, Müge (1997): *Reklamcılık*. İletişim Yayınları, İstanbul.

Maden Sait Bir grafik ustamız (1985): *Grafik Sanatı Dergisi*. İstanbul, Sayı 1.

zmen, Meryem Bilge (2006). *Reklamda Grafik Tasarımcılığı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ramacitti, David F, (tarihsiz):*Başarılı Reklamın Sırları*. (Çeviren. Rengin Erdoğan).

Seguela, Jacquela, (1997): *Eğlenceli Şeydir Şu Reklam*. (Çeviren: Nihal Önal), Milliyet Yayınları, İstanbul.

Soyer, Nejat (2000): *Reklamda Yaratıcının Konumu*. Her Yönüyle Pazarlama İletişimi, Media Cat Yayınları, Ankara.

Sözen Metin, Tanyeli Uğur (1992): *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. Remzi Kitabevi, İstanbul.

Teker, Ulufer (2002): *Grafik Tasarım ve Reklam*. (İkinci Baskı), Dokuz Eylül Yayıncılık, İzmir.

Uçar, Tevfik Fikret (2004): *Görsel İletişim Ve Grafik Tasarım*. İnkılap Kitabevi, İstanbul.

Williamson, Judith (2001): *Reklamın Dili*. (Çeviren: Ahmet Fethi), Ütopya Yayınevi, Ankara.

Yaylacı Özdemir, Gaye (1999): *Reklamda Stratejilerle Yönetim*. Alfa Yayınevi, İstanbul.

İnternet

Elektronik makale ve yayınlar

Faruk Çağla. Makaleler usta çırak ilişkisi: (erişim tarihi 19.Mart.2010)
<http://www.farukcagla.com/makaleler/usta-cirak.html>

Grafikerler Meslek Kuruluşu Tüzüğü: (erişim tarihi: 11.06.2010)
(<http://www.gmk.org.tr/dosyalar/GMKTuzuk.pdf>.)

Grafikerler Meslek Kuruluşu Tarihçesi: (erişim tarihi: 11.06.2010)
(<http://www.gmk.org.tr/goster.php?neyiGoster=tarihce>)

Helfand, Jessica; Çeviri: Burcu Dicle Yıldız: (erişim tarihi 01.12.2009)
(<http://elmaaltshift.blogspot.com/2005/07/grafik-tasarm-nedir.html>)

Reklamcılar Vakfı: (erişim tarihi: 11.04.2010)
<http://www.rv.org.tr/main.asp?BOOK=BOOKRVHAK>

Reklamcılar derneği(2010): erişim tarihi:11.006.2010
<http://www.rd.org.tr/> veritabanı

Türk dil kurumu sözlük. erişim tarihi: (05.06.2010)
(<http://www.tdk.gov.tr/tdksozluk/sozbul.asp>)

EKLER

EK:1 Araştırma raporu

EK:2 Anket formu

ARAŞTIRMA RAPORU

Araştırmanın Adı: Grafik Tasarımcıların Karşılaştıkları Sorunlar

Araştırmanın Amacı: Grafik tasarımcıların karşılaştıkları sorunları saptayıp çözüm önerileri getirmek

Araştırmanın yönetimi: 2006 yılında Meryem Bilge Özmen tarafından Adana’da “ucu kapalı anket yöntemi” ile uygulanan çalışma aynı şekilde İstanbul’da uygulanmıştır.

Araştırmanın Evreni: İstanbul-Grafik tasarımcılar

Araştırmanın Örnekleme:

Grafik tasarım eğitimi almış grafik tasarımcılar: Katılım: 50

Grafik tasarım eğitimi almamış grafik tasarımcılar: Katılım: 50

Ajans yöneticileri ve ajans sahipleri: Katılım: 20

Araştırmanın İçeriği:

1. AJANS SAHİPLERİNİN İŞYERİ VE TASARIMCILARI ARASINDAKİ KRİTERLERİ

1.1. Ajans Sahiplerinin Kendi Ajansları Hakkında Görüşleri

1.2. Ajans Sahiplerinin Müşteri ve Tasarımcıları Arasındaki Tutumları

2. GRAFİK TASARIMCILARIN TEKNİK DONANIMLARI

2.1. Grafik tasarımcıların en çok kullandıkları programlar

2.1. Grafik Tasarımcıların Tasarımları Oluştururken Bilgisayar Programlarından Yararlanma Şekilleri

3. GRAFİK TASARIMCILARIN TASARIMLARINI HANGİ BEKLENTİYE GÖRE OLUŞTURDUKLARI

3.1 Hedef kitle ve grafik tasarımcı ilişkisi

3.2. Ajans sahipleri ve yöneticileri ile grafik tasarımcı ilişkisi

3.3.Müşteri ve grafik tasarımcı ilişkisi

4.GRAFİK TASARIMCILARIN EĞİTİM DURUMLARI

4.1. Grafik tasarım hakkındaki görüşleri

4.2.Tasarımcıların grafik tasarım eğitimi hakkındaki görüşleri

1. AJANS SAHİPLERİNİN İŞYERİ VE TASARIMCILARI HAKKINDAKİ KRİTERLERİ

1.1. Ajans Sahiplerinin Kendi Ajansları Hakkında Görüşleri

Genel olarak iş yerinizi düşünürseniz aşağıdakilerden hangisi iş yeriniz için düşünürsünüz?

Ajansımızın Müşteri portföylü geniştir.

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Tasarımlarımız özgün ve daha önce uygulanmamıştır.

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Bizim gibi çalışan ajanslar da bulunmaktadır.

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

1.2. Ajans Sahiplerinin Müşteri ve Tasarımcıları Arasındaki Tutumları

Müşterileriniz ve elemanlarınız arasında tasarım konusunda bir anlaşmazlık çıktığı takdirde ne yaparsınız?

Elemanımın haklı olduğunu düşünsemde müşteriye desteklerim

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

İkisinin ortasını bulmaya çalışırım

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Elemanımı korurum

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Elemanımı değiştiririm

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Müşteriyi ikna etmeye çalışırım

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Ajans olarak tasarımlarınızı oluştururken nelere dikkat edersiniz?

Ben karışmam elemanlarım tasarımlarını kendi kendilerine oluştururlar

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Ajans olarak tasarımlar grup çalışması ile oluşturulur

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Ajansımızda tasarımlar müşterinin isteği doğrultusunda oluşturulur

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Tasarımlar benim istediğim doğrultuda oluşturulur

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Tasarımlar daha önce yapılmış mevcut tasarımlara uygulanır

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Grafik tasarımcı eleman alımında aşağıdakilerden hangisini dikkate alırsınız?

Sadece bilgisayarı iyi bilmesi yeterlidir

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Mutlaka tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Hem bilgisayarı iyi bilmesi hem de tasarım eğitimi almış olmasına dikkat ederim

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Daha önceki tasarımlarına bakarak istihdam ederim.

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Piyasa deneyiminin olmasına dikkat ederim

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

Tasarım eğitimi almamış olsa da olur piyasa deneyimi olması yeterlidir

- Kesinlikle Doğru
- Çoğunlukla Doğru
- Kısmen Doğru
- Büyük Ölçüde Yanlış
- Tamamıyla yanlış

2. GRAFİK TASARIMCILARIN TEKNİK DONANIMLARI

2.1. Grafik tasarımcıların en çok kullandıkları programlar

Aşağıdaki programları ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

Adobe Photoshop

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Adobe Illustrator

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Corel Draw

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Quark Xpress

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Flash Player

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

3d Studio Max

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Freehand MX

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Diğerleri

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

2.2. Grafik Tasarımcıların Tasarımları Oluştururken Bilgisayar Programlarından Yararlanma Şekilleri

Aşadaki bilgiler doğrultusunda bilgisayar programlarından ne sıklıkla yararlanıyorsunuz ? (grafik bölümü mezunları için)

Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Yaratıcı olmama gerek yok bilgisayar yeterli

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Aşadaki bilgiler doğrultusunda bilgisayar programlarından ne sıklıkla yararlanıyorsunuz ? (grafik bölümü mezunu olmayanlar)

Elle çizim yapmam bütün tasarımlarımı bilgisayar ortamında oluştururum

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Fikirlerimi bilgisayar ortamında hazırlarım

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Bilgisayar programlarının özelliklerinden yararlanarak tasarımı değiştirir ya da geliştiririm

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Yaratıcı olmama gerek yok bilgisayar yeterli

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

3. GRAFİK TASARIMCILARIN TASARIMLARINI HANGİ BEKLENTİYE GÖRE OLUŞTURDUKLARI

3.1 Hedef kitle ve grafik tasarımcı ilişkisi

Grafik tasarım ürünlerini hazırlarken hedef kitlenizi göz önünde bulundururken aşağıdakilerden hangisini dikkate alırsınız?

Hedef kitlemi araştırıp tasarımlarımı gerçekleştiririm

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Hedef kitlem önceden araştırılmıştır bana verilen bilgiler doğrultusunda tasarım yaparım

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Hedef kitlemin beklentilerini göz önünde bulundurmadan tasarımlarımı yaparım

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

3.2. Ajans sahipleri ve yöneticileri ile grafik tasarımcı ilişkisi

Grafik tasarım uygulamalarında şirketiniz içinde aşağıdaki durumlarla ne sıklıkla karşılaşıyorsunuz?

Ajanstan kimse karışmadan düşüncelerimi tasarımlarımda uygulayabiliyorum.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

İşyeri sahibim ya da üst yöneticilerim tasarımlarıma müdahale eder.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Bu ajansa kendi görüşlerimi uygulamada sorunlar yaşıyorum

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Mesajımı hangi grafik tasarım alanı ile (afiş billboard vb) üreteceğime ben karar veriyorum

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

3.3.Müşteri ve grafik tasarımcı ilişkisi

Müşterileriniz tasarımlarınızı beğenmediğinde aşağıdaki davranışlarda ne sıklıkla bulunursunuz ?

Müşterimi dinler, tasarımında değişiklikler yaparım.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Tasarımlarımı müşteriye beğendirmek için uğraşırım.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Tasarımı başka bir arkadaşına devrederim

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

Müşteri ile ben yüz yüze gelmem müşteri temsilcileri ilgilenir bana bilgi verir

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Hiç

4.GRAFİK TASARIMCILARIN EĞİTİM DURUMLARI

4.1. Tasarımcıların Grafik Tasarım Hakkındaki Görüşleri

Grafik tasarımı hakkında aşağıdaki görüşlere ne ölçüde katılıyorsunuz?

Grafik tasarım yaratıcılık gerektiren bir meslektir

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım özel bir yetenek ve eğitim gerektirir herkes yapamaz

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım reklâm sektörünün vazgeçilmez bir parçasıdır

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım sanatla ticaretin bir birleşimidir

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım ürünü aynı zamanda sanatsal bir ürün de olmalıdır

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım bilgisi olmadan da tasarımlar yapılabilir

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bu iş için sadece grafik tasarım programlarını bilmek yeterlidir

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

4.2.Tasarımcıların grafik tasarım eğitimi hakkındaki görüşleri

Üniversitenin grafik bölümlerinden mezun iseniz aşağıdaki düşüncelere ne kadar katılıyorsunuz? (Grafik bölümü mezunlarının eğitimleri hakkındaki görüşleri)

Bölümümüzde çok iyi yetiştirildim

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bölümümüzde yeterli teknik bilgi aldım.

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bölümümüzde yeterli sanatsal bilgi verildi.

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bölüm bana hiç bir şey kazandırmadı.

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bu işi okulda değil piyasada öğrendim

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Okulda öğrendiklerimin sayesinde piyasa işlerinde daha başarılı oldum

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım bölümünden mezun olmayanlara göre daha başarılı olduğum kanısındayım

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bu eğitim mutlaka alınmalı

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Herhangi bir üniversitenin grafik tasarım bölümünden mezun değilseniz aşağıdaki görüşlere ne ölçüde katılırsınız? (Grafik bölümlerinden mezun olmayanların grafik eğitimi hakkındaki görüşleri)

Bu işi kendi çabalarımla öğrendim

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bu iş için yeterli bilgiye ve donanıma sahibim

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım eğitimi almış kişilerden tasarım yaratma boyutunda bir farkım yok

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım eğitimi almadan da bu iş yapılabilir

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Grafik tasarım eğitimi almak isterdim

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bu eğitimi almış kişiler karşısında eksik yönlerim bulunmakta

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

Bu eğitimi almış kişilerden daha iyi ürünler oluşturuyorum

- Tamamen doğru
- Büyük ölçüde doğru
- Karasızım
- Büyük ölçüde yanlış
- Tamamen yanlış

ÖZGEÇMİŞ

17.11.1982 yılında İstanbul'da doğdu.

İlk ve orta öğrenimini İstanbul'da tamamladıktan sonra, 2002 yılında Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Plastik Sanatlar Bölümü'nde lisans eğitimine başladı.

Aynı yıl Creton Art Reklam Ajansı'nda "sanat yönetmeni asistanlığı" yaptı.

2003 yılında NTV ve National Geographic dergisinde "grafik tasarım" stajı yaptı.

2004 Yılında Bordo Tasarım Bankası'nda staj yaptı.

2006 Yılında Koza Tiyatrosu'nda "dekoratör asistanlığı" yaptı.

Aynı yıl Kocaeli Üniversitesi Yıl Sonu Karma Resim Sergisi'ne katıldı ve lisans eğitimini tamamladı.

2007 Yılından buyana İstanbul Devlet Opera ve Balesi'nde sözleşmeli teknik personel olarak halen görev yapmaktadır.

2008 yılında Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Grafik Tasarım Yüksek Lisans Programı'na katıldı.