

PAPER DETAILS

TITLE: GRAFIK VE ENDÜSTRİYEL TASARIM YARISMLARININ TASARIM EGITIMI SÜRECINE
ETKİLERİ VE GOOD 50X70 2008 ÖRNEĞİ

AUTHORS: Ali TOMAK

PAGES: 1-10

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/28982>

ÖZET

Tasarım yarışmaları, grafik tasarım, endüstriyel tasarım, moda tasarımı, mühendislik, mimari ve kentsel tasarım gibi tasarım alanlarında saptanan/oluşturulan bir problemin, amatör, uzman ya da profesyonel kişi ya da gruplarca o problem içeriğine uygun çözümler bulunması amacıyla/beklentisiyle gerçekleştirilen etkinliktir. Resmi/özel girişimci kuruluşların tasarım yarışmalarını düzenlemelerinin bir takım genel ve özel amaçları vardır. Genel amaç, girişimci kuruluşlar tarafından gereksinim duyulan yaratıcı düşüncenin bulunması ve kullanılmasıdır. Bu makaleye konu olan tasarım yarışması proje uygulaması, 2007 – 2008 eğitim/öğretim yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü birinci ve ikinci öğretim 2, 3 ve 4. sınıf öğrencilerinden, gönüllü olarak bu yarışmaya katılmak isteyenler arasında herhangi bir ayırım yapılmadan proje yöneticisi tarafından gerçekleştirildi. Uluslararası Good 50x70 2008 Sosyal İletişim Projesi'ne bir proje kapsamında katılım sağlanarak, tasarım yarışmalarının, öğrencilerin yaratıcılık düzeyi ve tasarım eğitimi süreçlerine etkilerinin nasıl olabileceği araştırıldı.

THE EFFECTS OF GRAPHIC AND INDUSTRIAL DESIGN COMPETITIONS ON PROCESS OF DESIGN EDUCATION AND EXAMPLE FOR GOOD 50X70 2008

Design competition is an activity taking place in order to find solutions to problems established in area of design by amateur or professional individuals or groups. Design competitions take place in the fields such as graphic, industrial, fashion, engineering, architecture and urban design. There are some general and specific aims that organize design competition. General aim is to find and utilize creativity thought required by entrepreneur institutions. The project application of design competition was held by the executive of project, choosing in 2007-2008 education term through the freshman, second year and junior students of Fine Arts of Ondokuz Mayıs University. It was searched how the effects of design competitions on student's level of creativity and on the process of design education could be on the students take part in international good 50x70 2008 social communication project.

Anahtar Kelimeler : Grafik tasarım, endüstriyel tasarım, tasarım eğitimi, yarışma projesi, Good 50x70

Key Words : Graphic design, industrial design, design education, competition project, Good 50x70

GİRİŞ

Tasarım yarışması, bir tasarım alanında saptanan/oluşturulan bir problemin, amatör, uzman ya da profesyonel kişi ya da gruplarca o problem içeriğine uygun çözümler bulunması amacıyla, beklentisiyle gerçekleştirilir. Tasarım yarışmaları, grafik tasarım, endüstriyel tasarım, moda tasarımı, mühendislik, mimari ve kentsel tasarım gibi tasarım alanlarında resmi ve özel kuruluşların tasarımla ilgili gereksinimlerini çözüme ulaştırmak amacıyla ulusal ya da uluslararası düzeyde gerçekleştirilmektedir. Ulusal düzeydeki tasarım yarışmalarında, grafik ve endüstriyel tasarım yarışmaları, genellikle mimari ve kentsel tasarım yarışmalarına göre ortaya çıkan gereksinimler doğrultusunda daha yoğun olarak düzenlenmektedir. Uluslararası yarışmalar ise belirli periyotlarla düzenli olarak gerçekleştirilen bienal ve trienal gibi etkinliklerle çeşitli ülkeler tarafından (Çin, Japonya, Tayvan, Güney Kore, Polonya, Meksika, Kanada, Amerika, Rusya vb.) gerçekleştirilmektedir. Endüstriyel tasarım alanıyla ilgili uluslararası tasarım yarışmaları bazen “konu

eksenli (concept) yarışmalar” olarak organize edilmektedir. Konu eksenli yarışma, dereceye giren/finalist olan ürünlerin gündelik yaşam pratiğine aktarılabilirliğinden / uygunluğundan ziyade yalnızca, belirlenen bir içerik (eksen) kapsamında o probleme özgü tasarım çözümlemeleri sunmaktadır.

Bir süreç olarak tasarım; tasarımcı tarafından saptanan ya da ona yönbilgi (brief) olarak verilen problemin, geniş boyutlu bilimsel bilgi ve veri çeşitliliğiyle bellekte işlenip, çeşitli analiz ve özgün sentez yöntemleriyle değerlendirme, planlanma ve düzenlemesinin yapılarak yaratıcı çözümlemelerin sunulduğu bir prototip/tamamlanmış layout olarak üretilmesi etkinliğidir

Tasarım, çeşitli aşamalarında amaçlara ulaşmak için verilen kararlardan oluşan problem belirleme ve problem çözme yaratıcı eylemi olarak¹ tanımlanmaktadır. En genel tanımıyla “tasarım”, insanın kullandığı nesneler ile yaşadığı çevreyi, fizik ve ruhsal gereksinimleri doğrultusunda çağın estetik ve teknik değerleriyle yeniden üretmesi ya da düzenlemesidir².

* Yrd. Doç. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Samsun

1- Nigan Bayazıt, Endüstriyel Tasarımcılar için Tasarlama Kuramları ve Metotları, Birsan Basın Yayın Dağıtım Tic. Ve San. Ltd. Şti., İstanbul, 2004, s.21

2- Günay Atalayer, “Bilgisayar Destekli Tasarım ve Tasarımcının Önemi”, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, 16, Ankara, 1997, s. 38.

Design/tasarım düşünsel tüm bu süreçlerin adı olduğu gibi, bunlardan ortaya çıkan; tasarlanmış özgün bir örnek/prototip, tasarlanan bir üretim sürecinin görsel sunum planları/projeler veya taslak karalamaları, psikolojide pattern olarak tanımlanan zihinde biriktirilen algı kalıpları gibi nesnelleşmiş sonuçların da adıdır.³

Tasarlama, yoğun, damıtılmış amaçlar dizisinden oluşan yaratıcı eylemler sürecidir. Bu süreçte yaratıcı düşüncenin geliştirilmesine yönelik izlenen çeşitli yöntemler kullanılmaktadır (Metafor, analogi, endüksiyon, dedüksiyon vb.). Bu yöntemler, tasarım probleminin çözümü amacıyla ortaya konulan bilinç duyarlılığını, tasarlama özgürlüğünü, tasarım özgünlüğünü eski, geleneksel ve alışılmış olandan farklı olarak ortaya koyar ve yeni'yi oluşturmak için yaratmaya yardımcı olur. Tasarım yöntemleri “öğrencinin kültür ve deneyim eksikliğini tamamlamada yararlı olmakta, deneyimsizliğin verdiği beceriksizlik ve tasarlama korkusunu ortadan kaldırmaktadır”.⁴

Bazen bir kuruluşun sunduğu ürün ve hizmetler, diğer kuruluşlarla ya da onların ürün ve hizmetleriyle yarışır, üstün olma mücadelesine girerler. Kuruluşların, hedef kitlelerinin saygınlığını kazanarak sektördeki pazar paylarını ve kazançlarını artırabilmeleri nitelikli tasarımlar ile sağlanabilir. Kuruluşlar bu nitelikli tasarımları elde edebilmek için bazen tasarım yarışmaları düzenlemektedirler. Bu bağlamda yarışma ile tasarım kavramları birbiri ile rahatlıkla ilişkilendirilebilir. Resmi/özel girişimci kuruluşlar (özel ve resmi kurum) tarafından düzenlenen tasarım yarışmaları, mümkün olduğunca ucuz ve çok katılımlı yarışmalar ile günümüzde gittikçe daha popüler olmaya başladı. Bunun nedenleri ya yeni resmi/özel girişimci kuruluşların hizmete girmesi, yeni/her yıl düzenlenen bir hizmetin/etkinliğin tanıtımı ya da amblem/logotype'da yenilemeye gidilmesi olarak sıralanabilir. Girişimci kuruluşların tasarım yarışmalarını düzenlemelerinin bir takım genel ve özel amaçları vardır. Grafik ve Endüstriyel tasarım yarışmalarının genel amacı, girişimci kuruluşlar tarafından gereksinim duyulan yaratıcı düşüncenin bulunması ve kullanılmasıdır.

Grafik ve Endüstriyel tasarım yarışmalarının özel amaçları ise şu şekilde sıralanabilir:

1) Girişimci kuruluşun yönbilgisine (brief) en uygun estetik, işlevsel, iletişimsel ve ergonomik çözümler sunmak,

2) Daha düşük maliyetle daha nitelikli ve yaratıcı tasarım seçeneklerine ulaşabilmek, yarışmanın düzenlendiği sektöre yönelik ilginin

artırılmasını sağlamak,

3) Yeni tasarımcılarla tanışarak (öğrenciler) onların iş alanlarıyla ilgili motivasyonlarını dinamik tutmak,

4) Tasarımcılar ile aralarında bir arayüz temelini oluşturarak, üniversite+sanayi işbirliğini sağlamak, tam zamanlı istihdam yaratmak,

5) Girişimci-profesyonel-öğrenci buluşmalarıyla ortaya çıkacak işbirliği ve projelerde, ulusal/uluslararası düzeyde uzun vadeli etkinliklerin gerçekleştirilmesini amaçlamaktır.

Tasarım, ürünlerinin üretim teknolojileri, biçimleri, işlevsel özelliklerinin farklılıkları gibi nedenlerden ötürü branşlara ayrılmıştır. Brigitte Borja De Mozota'nın kitabında tasarım, branşları itibarıyla dört tip başlık altında toplanmıştır. Bunlar: Çevresel tasarım, ürün tasarımı, ambalaj tasarımı ve grafik tasarımıdır.⁵ Emre Becer'in kitabında ise uygulamalı tasarım dalları olarak üç ana başlıkta toplanmıştır. Bunlar: Endüstri tasarımı, çevre tasarımı ve grafik tasarımıdır.⁶

Grafik tasarım ve endüstriyel tasarım yarışmaları uygulama alanlarının, kendine özgü üretim teknolojisi, işlevsel, iletişimsel ve estetik durumlarından ötürü farklı değerlendirme ölçütleri vardır, olmalıdır. Çünkü her ikisinin de ticari bir boyutu vardır ve üretimi tamamlanmış çıktı ya da ürün olarak, bazen iletişimsel ve işlevsel, bazen de yalnızca estetik bir gereksinime yönelik işlev üstlenebilmektedir.

GRAFİK VE ENDÜSTRİYEL TASARIM YARIŞMALARİ ŞARTNAMELERİ

Tasarım yarışmaları, grafik tasarım, endüstriyel tasarım, mimarlık ve kentsel tasarım gibi alanlarında yapılmaktadır. Grafik tasarım (graphic design), basılı ve dijital medya ortamlarında yaygın bir uygulama alanına sahiptir. Bu nedenle, afiş (poster), logo / amblem (logotype / emblem), ambalaj (package), etiket (label/tag), T-shirt ve web sayfa (web page) tasarımları gibi uygulamalarıyla ilgili sık sık yarışmalar düzenlenmektedir. Endüstriyel tasarımda ise, “çıktı” olarak oluşturulan her nesne bir “ürün” kimliği taşıdığından, ürün tasarımı, genel uygulama alanı olarak kabul görmektedir. Bu nedenle, endüstriyel tasarım yarışmaları, ürün tasarımı (product design) kapsamında yarışmalardan oluşmaktadır. Yarışmaların belirlenen bir düzende, disiplininde ve hukuksal süreçte uyması gereken bir takım kuralları da olmalıdır. Yarışmaların konusu, tanımı, kapsamı, amacı, değerlendirme ölçütleri, katılım şartları, uygulamanın sunum biçimi, yarışma takvi

3- Ali Seylan, Temel Tasarım, M-Kitap, Dağdelen Basın Yayın Ltd. Şti., Baran Ofset, Ankara, 2005, s. 16.

4- Bayazit, a.g.e., s. 11.

5- Brigitte Borja De Mozota, Tasarım Yönetimi (Çev. Sibel Kaçamak), 2. Basım, MediaCat Kitapları, İstanbul, 2006, s.17.

6- Emre Becer, İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitabevi, Ankara, 1997, s.33.

mi, ödülleri ve jürisi ile ilgili bir belgesi olmalıdır. Endüstri ürünleri ve grafik tasarım yarışmalarında yarışmaya katılan ile yarışmayı düzenleyen kuruluşlar arasında yarışmada uyulacak bu kuralları belirleyen ve “şartname” adı verilen bir yönetmelik bulunmaktadır. Şartname; satın alma, satma, yaptırma, kiralama vb. işleri gerçekleştirmek isteyen tarafın düzenlediği, her iki tarafında uymayı üstlendikleri şartların tespit edildiği resmi belgedir. Ulusal yarışma şartnamelerinde, yarışmanın GMK (Grafikerler Meslek Kuruluşu) ya da ETMK (Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu) gibi hangi ilgili disiplin kuruluşu tarafından desteklendiği, seçici kuruldaki girişimci kuruluş temsilcilerinin ve o alanın uzmanı olan akademisyenlerin, tasarımcıların kimler olduğu ve hangi sayıda yer aldıkları, seçici kurulun değerlendirme ölçütlerinin neler olduğu belirtilmemişse o yarışmaya katılmak, zamanın ve iş emeğinin boşa harcanması anlamına gelir.

Ulusal/uluslararası tasarım yarışmalarında özellikle yarışma seçici kurulu ve değerlendirme ölçütleri çok önemlidir. Ulusal girişimci kuruluşlar tarafından düzenlenen tasarım yarışmalarında bazen, GMK ve ETMK gibi ilgili kuruluşların, duyuru ve şartname yönetmeliğine başvurulmaz. Bunun, girişimci kuruluşun deneyimsizliği, yarışmaya ayrılan bütçenin yetersizliği, ve zamanın çok sınırlı olması gibi çeşitli nedenleri vardır.

GMK ile ETMK’nun yarışma şartnamelerine uygun olarak hazırlanmış yarışmalarda yer alan seçici kurul ve değerlendirme ölçütleri, daha güvenilir bir iş etiğine sahiptir ve amaca uygunluk bakımından tutarlıdır, objektiftir. GMK’nın, Yurt İçinde Grafik Tasarım Yarışmalarını Düzenleyici Yönetmeliği’nin (www.gmk.org.tr sitesinden incelenebilir) üçüncü maddesine göre: Bir grafik tasarım yarışmasının duyuru ve şartnamesinde, “GMK Grafik Yarışmaları Yönetmeliğine Uygundur” ibaresinin bulunması, bu yarışmanın GMK standartlarına uygunluğu açısından yarışmaya katılacak grafik tasarımcılar adına GMK tarafından denetlendiğini ve onaylandığını belirtir. Bu ibarenin kullanıldığı bir yarışmanın düzenleyicileri, ayrı ayrı belirtilmemiş olsa dahi bu koşulların tümüne uymayı kabul etmiş sayılırlar. ETMK’nın Ulusal ürün tasarımı Yarışma Yönetmeliği’nin (www.etmk.org.tr sitesinden incelenebilir) ikinci maddesine göre ise: Bir yarışmanın süreç ve sonuçlarının ETMK tarafından tanınması ve onaylanması için bu yönetmelikte belirlenen usullere uyması zorunludur. Bu yönetmeliğe uyarak ETMK tarafından tanınan ve onaylanan yarışmaların şart

name, duyuru ve afişlerinde “bu yarışma ETMK Ulusal Ürün Tasarımı Yarışma Yönetmeliğine uygun olarak düzenlenmiştir” ibaresi yer alır, duyuru ve afişlerde ETMK logosu kullanılır.

GMK ya da ETMK tarafından desteklenen bir yarışma şartnamesinde, seçici kuruldaki girişimci kuruluş temsilcilerinin sayısı, tasarımcı sayısından azdır ve öyle olmalıdır. Aksi durumda ise bu oranlar yer değiştirir ya da tasarımcı hiç olmaz. O zaman ilgili yarışma alanına özgü entelektüel bilgi birikimi ve uygulama deneyimi olmayan seçici kurul üyelerinin seçtiği tasarımlar, işlevsel, iletişimsel ve estetik olmayan, kullanışsız ve görsel kaosun yaşandığı uygulamalar olarak yanlış örnekler kısmında yerini alır. Örneğin, “Orman Bakanlığı’nın 1993 yılında yaptığı amblem yarışması yönetmeliğindeki seçici kurulda, dokuz adet kurum üyesi, bir adet tasarım eğitimi veren akademisyen ve bir adet serbest grafikler vardı: Orman Bakanlığı Müsteşar Yrd., Orman Bakanlığı Yayın Dairesi Bşk., Orman Bakanlığı Genel Müdür Yrd., Ağaçlandırma ve Erozyon Kontrolü Genel Müdür Yrd., Milli Parklar Av ve Yaban Hayatı Genel Müdür Yrd., Orman ve Köy İşleri Genel Müdür Yrd., Orman Ürünleri Sanayi Kurumu Genel Müdür Yrd., GESAM Yönetim Kurulu Başkanı, H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyesi, serbest grafikler”⁷

Seçici kurul ve onların taraflı, deneyimsiz, bilgisiz, adil olmayan değerlendirme ölçütleri nedeniyle, girişimci kuruluşun kamuoyunda, katılımcılar arasında marka değeri zedelenebilir, rakip kuruluşlara göre rekabet gücü ve pazar payı o sınıflandırmada daha da düşebilir. Katılımcılar, taraflı değerlendirme nedeniyle o kuruluşun daha sonra açacağı yarışmalara (olasılıkla) katılmayacağı için daha yaratıcı, daha işlevsel, estetik ve kullanışlı fikirlerinden yoksun kalacak ve ortaya sıradan, dikkat çekmekten yoksun, iletişimsiz, kullanışsız uygulamalar çıkacak, yayınlanacak ya da sergilenecektir. Bu sonuç ise, gördüğünü anlamlandıramayan, kendi içinde iletişimsiz, beğeni düzeyi ve mizah anlayışı köreltilmiş bir toplum oluşumuna zemin hazırlayacaktır. Uluslararası tasarım yarışmalarında ise katılımcı yalnızca yarışma şartnamesinde açıklanan yön bilgi (brief) doğrultusunda değerlendirme yapıldığını bilir, bilmelidir. Katılımcı, bu tür tasarım yarışmalarında tasarım(lar)ının finalist ya da dereceye giremediği durumlarda yarışmayı kaybetme üzüntüsünü daha kolay kabullenir. Girişimci kuruluşa ya da o uygulama alanına dargın kalmaz. Kendini daha çok yenilemesi, geliştirmesi gerektiğini anlar ve bir sonraki yarışma için daha yaratıcı fikir bulmaya,

7- İlhan Bilge, “Yarışmayı kazanan kim?”, Grafik Tasarım Dergisi S. 12, İstanbul, 2007, s. 25.

araştırmaya, incelemeye motive olur.

Seçici kurul ve değerlendirme ölçütleriyle ulusal yarışmalarda GMK ve ETMK yarışma yönetmeliğine göre nitelikli olarak hazırlanmış ve adı geçen kuruluşlarca desteklenmiş ve bunu yarışma şartnamesinde belirtmiş olan her tasarım yarışmasına, profesyonel tasarımcılar dışında üniversitelerin tasarım eğitimi veren ilgili bölüm öğrencileri de katılır, katılmalıdır. Yarışma şartnamesinin niteliği, katılımda bulunacak olan kitlenin niteliğini ve niceliğini belirleyicidir.

Bazen ulusal/uluslararası yarışma konusu, ya ilgili bölüm öğrencilerine duyuru yapılarak oluşturulan gönüllü, katılımcı bir grupla ya da dönem ödevi olarak grafik tasarım, endüstriyel tasarım eğitimi alan öğrenciler için proje ödevine dönüştürebilir. Tasarım yarışmalarını proje yöneticisi olarak, ya ilgili derslerin öğretim üyeleri paylaşımlı olarak ya da ders kapsamında o projeyi yönetecek olan akademisyen/uzman yürütebilir.

YÖNTEM GOOD 50X70 2008 SOSYAL İLETİŞİM PROJESİ'NE HAZIRLANMA SÜRECİ

Bu makaleye konu olan tasarım yarışması proje uygulaması, 2007 – 2008 eğitim/öğretim yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü birinci ve ikinci öğretim 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden, gönüllü olarak bu yarışmaya katılmak isteyenler arasında herhangi bir ayırım yapılmadan proje yöneticisi tarafından oluşturuldu (Resim 1), (Resim 2). Uluslararası Good 50x70 2008 Sosyal İletişim Projesi'ne bir proje kapsamında katılımın başlatılmasının nedeni ise tasarım yarışmalarının öğrencilerin tasarım eğitimi sürecine ve öğrencilere etkilerinin neler olabileceğinin saptanması üzerineydi.



Resim 1: Proje yöneticisi ve katılımcı öğrenciler.



Resim 2: Proje yöneticisi ve katılımcı öğrenciler.

Good 50x70 2008 Sosyal İletişim Projesi; AIGA (American Institute of Graphic Arts), ICOGRADA (International Council of Graphic Design Association), BEDA (The Bureau of European Design Association), IDA (International Design Association), AIAP (Italian Visual Communication Design Association) gibi dünyaca ünlü tasarım kuruluşları tarafından destekleniyordu.

Sosyal iletişim, toplumsal içerikli konularda ortak bir bilinç, duyarlılık ve sorumluluk duygusuyla komuoyu oluşturmak için bilginin kolaylıkla algılanabilirliğini, iletilirliğini işlevsel kılmayı amaçlayan bir çalışma alanıdır. Good 50x70 Sosyal İletişim Projesi'nin temel amacı, 50x70 cm. boyutlarında tasarlanacak afişler ile çocuk ölümleri, küresel ısınma, az gelişmişlik, çevresel kirlilik, cinsel yolla bulaşan hastalıklar, insan hakları, susuzluk, savaş ve gibi temel sosyal olgulara karşı toplumsal duyarlılığı artırmak ve bu sorunların çözümü için çalışan organizasyonlara yardımcı olmaktır. Bu projenin amacına ulaşabilmesi için dünyaca tanınan sivil toplum kuruluşlarından Amnesty International, AMREF (African Medical and Research Foundation), Emergency, Greenpeace, WWF (World Wildlife Fund for Nature), LILA (Lega Italiana Per La Lotta Contro L'AIDS) ve Unicef gibi yardımsever kuruluşlar, dünyada binlerce kişiyi etkileyen temel sosyal sorunlar üzerine hazırladıkları yedi yön bilgi ile projeye destek oldular. Yarışmada herhangi bir parasal ödül yoktu. Çünkü, özünde bir yardımlaşmayı ve karşılık beklemeden paylaşmayı esas alan yapısı vardı. Bu nedenle, grafik tasarımın var olma nedenini ortadan kaldıracak kadar eylemci bir yönü de içinde barındırıyordu.

Oysa, “grafik tasarımcıların tek sorumluluğunun işverenlerine ve kendilerine para kazandıracak ticari işler üretmek olmadığını ispatlayan sosyal iletişim çalışmaları gün geçtikçe artıyor. İtalya'da

bu konu üzerine yapılan araştırmalar 1995'ten günümüze kadar yaşanan süreçte sosyal içerikli reklamların % 395 arttığını gösteriyor. Kar amacı gütmeyen ve yardım amaçlı kuruluşlar için gerçekleştirilen bu çalışmalar, görsel iletişimin ikna gücünü kullanarak toplum içinde var olan sosyal bozuklukları düzeltmeyi amaçlıyor”⁸

Adı geçen bölümde Good 50x70 Sosyal İletişim Projesi için oluşturulacak projeye katılmak isteyen öğrenciler için grafik tasarım ABD öğrencilerine öncelikle duyuru yapıldı. Öğrencilerin diğer derslerini etkilemeyecek biçimde bir araya toplanmak amacıyla otumlara katılmaları için bir çalışma takvimi düzenlendi.

Birinci oturumda (1 Nisan 2008), afiş tasarımı, afiş tasarımının grupları, afiş tasarımında dikkat edilmesi gereken unsurların neler olduğu gibi açıklamaların ardından grafik tasarımda yaratıcı düşünceye ulaşabilmek için tasarım süreci (problem tanımı, bilgi toplama, buluş, çözüm bulma ve uygulama) sıralamasına değinildi. Yaratıcılığı engelleyen ve yaratıcılığı geliştiren faktörler açıklandı. Daha sonra, gruba Good 50x70 2008 Sosyal İletişim Projesi tanıtıldı ve 7 yön bilgi (çocuk ölümleri, küresel ısınma, cinsel yolla bulaşan hastalıklar, balina avcılığı, insan hakları ihlali, Afrika’da susuzluk, savaş mağdurları) hakkında olabildiğince yalın bir açıklama yapıldı (problem tanımı). Afiş tasarımı hakkında bilgi verildi. Afiş tasarımının tanımı, türleri, ve iyi bir afiş tasarımında bulunması gereken nitelikler ile değerlendirme ölçütleri açıklandı. Good 50x70 2007 Sosyal İletişim Projesi’nde beş yön bilgi doğrultusunda yapılan 200 afiş tasarımı yön bilgi ve değerlendirme ölçütleri doğrultusunda analiz edilerek gösterildi, tartışıldı. Bir sonraki toplantı için proje yöneticisi tarafından yedi yön bilgi ile ilgili internetten araştırma yapılması ve bilgi havuzu oluşturulması istendi. “Tasarım yeteneğinin gelişiminde ve düzenlenmesinde bilimsel bilgi ve çalışma yöntemlerinin birbiriyle ilişkilendirilerek kullanılması, modern zamanlar için uygun grafik tasarım eğitiminin anahtarıdır”⁹. Grafik tasarımcının teorik ve pratik eğitimi için bilgi mühendisliğinin önemi, gestalt ve algılama psikolojisi, göstergebilim ve yapısalılık gibi teorik bilgiler, genel olarak ya önemsenmez ve öğretilmezler ya da bilinmezler. Bunların yok sayılması ya da varlığından birhaber olunması, yalnızca sezgisel bilim ve iç gözlem durumu olan artistik bir düşünceye inanmaktır. Oysa, profesyonel eğitimde belirli bir ilke içinde yalnızca sezgisel düşünceyi temel alamaya-çağımız oldukça açık olarak görülmelidir.

Yaratıcı fikir ve düşüncelerin kuluçkalanmasına yeteri kadar izin verildikten sonra **ikinci oturumda** (4 Nisan 2008), oluşturulan bilgi havuzundan grup katılımcıları yararlandı (bilgi toplama). Tüm grubun katılımıyla, 7 yön bilgi için yaratma yöntemlerinden biri olan beyin fırtınası (brainstorming) gerçekleştirildi. Öğrenciler oldukça ham biçimde olan fikirlerini, görselleştirdikleri taslak çizimleri grup ortamında her öğrencinin katılımı sağlanıp, düşüncesi alınarak tartışıldı. Yön bilgi iletileri doğrultusunda geliştirilebilirliği ile değerlendirme ölçütlerine (yaratıcılık, orijinalite, estetik nitelik ve iletişimsel işlevsellik) uygunluğu analiz edildi. Böylece, öğrenciler hem yön bilgilerin içeriğine titizlikle, dikkatle uygun görsel çözümlemeler sunma eylemi sergilemeleri gerektiği bilincine ulaştırıldı hem de yavaş yavaş bir afiş tasarımı eleştiri analizi hakkında bilgi edinmeleri sağlandı (Resim 3).



Resim 3: İkinci oturumda proje yöneticisi ve katılımcı öğrenciler.



Resim 4: Üçüncü oturumda proje yöneticisi ve katılımcı öğrenciler.

8- Ardan Ergüven, “Sosyal iletişime yardım eden proje: Good50x70”, Grafik Tasarım Dergisi S. 13, İstanbul, 2007, s. 8.

9-G. Igildo Bieseale, Graphic Design Education, Hasting House Publisher Inc., New York, 1981, s. 6.

Üçüncü oturumda (7 Nisan 2008), proje yöneticisi tarafından öğrencilerin yaratıcı düşünce düzeyini geliştireceği düşünülen uluslararası afiş bienal ve trienallerinde dereceye girmiş afiş tasarımları, bir taraftan değerlendirme ölçütleri ışığında analiz edilirken diğer taraftan, yaratıcı fikrin dijital ortama aktarılmasında uygulanan yöntemlere dikkat çekti. Ayrıca, ulusal ve uluslararası yayınlar aracılığıyla öğrencilerin görsel bellek havuzu biraz daha derinleştirildi. Eleştirisi yapılan tasarımlara görsel çözümler sunulurken bu çözümlerin dijital uygulamalarının nasıl uygulama pratiğine aktarılacağı da eş zamanlı olarak tartışıldı. Eleştirilere ortak katılımın sağlanması, yeni fikirlerin uygulanabilirlik olasılığını artırdı. Ayrıca, proje yöneticisi tarafından grup katılımcılarının uluslararası bir tasarım yarışmasında başarılı olamayacakları düşüncesine kapıldıklarını gözlemledi. Bu düşünceyi daha başında kırmak için birinci oturumda, Good 50x70 2007 Sosyal İletişim Projesi'nde afiş tasarımları 200 finalistleri arasına giren ve proje yöneticisinin daha önce çalıştırdığı iki öğrenci, o oturuma çağrılarak yarışma sürecini anlatmaları istendi. Ayrıca workshop uygulamalarına da katılarak arkadaşlarına manevi destek sağladılar. Katılımcı öğrencilerin özgüven duygularını bir kez daha tazelemek, başarabilecekleri inancını güçlendirmek amacıyla asıl olanın yaratıcı fikrin kendisi olduğu, ama önce yaratıcı bireyin kendisi tarafından oluşturulan fikrin, ekip ruhuyla geliştirilerek yüceltilebileceği hatırlatıldı (Resim 4).

Dördüncü oturumda (11 Nisan 2008), grup öğrencilerinin afiş tasarımlarının yönbilgiler ile tutarlılığı, herkesin katılımında bulunduğu eleştirel bir ortamda gözden geçirilerek fikirlerin, içeriğini yansıtacak biçimde görselleştirilebilme yeterliliği analiz edildi. Bazı öğrencilerin yaratıcı fikirlerinin kabataslaklarını çizerken afişte kullanılacak rengi, tipografiyi, fotoğraf, resimleme, karikatür ya da piktogram gibi görselleri, afiş boyutu (50x70 cm.) içindeki oranları ve konumlarıyla eş zamanlı olarak düşünmeleri gerektiği hatırlatıldı. Proje yöneticisi, tasarımlarda kullanılacak fotoğrafların çekilmesini, taslak çizimlerin vektörel ya da piksel tabanlı programlar aracılığıyla dijital ortama aktarılmasını istedi (Resim 5), (Resim 7).



Resim 5: Dördüncü oturumda proje yöneticisi ve katılımcı öğrenciler.



Resim 7: Katılımcı öğrenciler afiş tasarımıyla ilgili kaynaklar inceliyor.

Beşinci oturumda (15 Nisan 2008), öğrencilerin ara sınavları nedeniyle tam katılım sağlanamadı ama tasarımlarını dijital ortama aktaran öğrencilerin çalışmaları değerlendirildi. Fotoğrafı çekilecek içeriklerin, objelerin kurgulanmasına, çekimlerinin yapılmasına ekip çalışmasıyla destek verildi (Resim 6).

Altıncı oturumda (17 Nisan 2008), grup öğrencilerinin afiş tasarımları ve içerik açıklamalarıyla ilgili son eksiklikler tekrar tekrar gözden geçirildi.

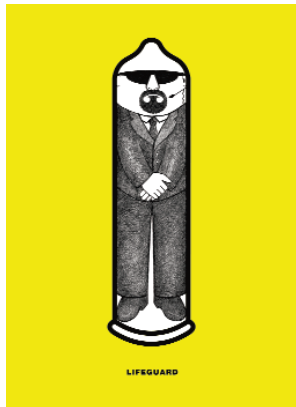
Yedinci ve son oturumda (19 Nisan 2008) (20 Nisan çalışmaların gönderilmesi için son gündü), tüm çalışmaların internet üzerinden Good 50x70 organizasyonu bilgisayarına aktarılması (upload = yukarıya yüklemek) işlemi gerçekleştirildi.

Bu projede Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü öğrencilerinden oluşan 18 kişilik grup, proje yöneticisi eşliğinde katılım süresi sınırlı olmasına karşın çalışmaya başladı. Düzenli olarak yapılan oturumlar gerçekleştirilerek katılımcılar bilgilendirildi, cesaretlendirildi, heveslendirildi ve düzenli çalışmaları sağlanarak tasarımları, yarışma ölçütlerine uygunluğu bakımından analiz edildi. Grup katılımcıları, toplam 33 afiş tasarımıyla bu projeye katımda bulundu.

Good 50x70 2008 Sosyal İletişim Projesi'ne ise dünya genelinde 90 ülkeden 2710 afiş tasarımı katımda bulundu. Her yönbilgiden 30 olmak üzere 7 yönbilgi olduğu için toplam 210 afiş tasarımı finale kaldı. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü öğrencilerinden oluşan 18 kişilik gruptan 3 öğrencinin (Neslihan Kır, Abdülkerim Turkaya ve Ramazan Şimşek), ve proje yöneticisinin birer tasarımı 210 finalist arasında yerini aldı (Resim 8), (Resim 9), (Resim 10), (Resim 11).



Resim 6: Beşinci oturumda proje yöneticisi ve katılımcı öğrenciler.



Resim 8: Ali Tomak (proje yöneticisi)



Resim 9: Abdülkerim Turkaya



Resim 10: Neslihan Kır



Resim 11: Ramazan Şimşek

BULGULAR

Öğrencilerin olabildiğince farklı uygulama alanlarına özgü ulusal/uluslararası tasarım yarışmalarına katılımlarının sağlanması için projeler oluşturulmalı ve onlar motive edilmelidirler. Ama önce öğrencilerin bu tasarım yarışmalarına katılımları konusunda karşılaştıkları, yaşadıkları bir takım sorunlar vardır. Onların bu yarışmalarda etkin, verimli ve avantajlı olmalarını engelleyen etmenler şu şekilde sıralanabilir:

1) Uluslararası yarışma şartnamelerinin İngilizce oluşu ve öğrencilerin yabancı dil yetersizlikleri,

2) Yönbilgide açıklanan mesajın ya tamamen gözden kaçırılması ya da yeteri kadar anlaşıl-maması,

3) Tasarım süreci, tasarım aşamaları ve temel yaklaşım biçimleri hakkında bilgisiz olması (metodoloji yoksunluğu) nedeniyle, tasarım problemine yeni bir çözüm bulamaması, bulduğunu fark edememesi, alana özgü görsel bellek birikiminin azlığı,

4) Yaratıcı yarışma fikrinin nasıl görselleştirileceği, modelleneneceği konusunda materyal bilgisi, bilgisayar programı ya da çizim bilgisi yetersizliği,

5) Öz güven eksikliği.

Proje yöneticisi eşliğinde yürütülen projelerde yukarda değinilen tüm bu olumsuz etmenler olumlu kılınabilir. Good 50x70 2008 Sosyal İletişim Projesi'nin ilgili bölüm bünyesinde oluşturulan projesinde yer alan öğrenciler üzerinde, yaratıcı kişilik ve tasarım eğitimi süreçlerine, adı geçen olumsuz etmenler ortadan kaldırılarak devam edilmiş ve oldukça olumlu etkileri gözlemlenmiştir. Aşağıda öğrencilere yöneltilen üç soruya "evet" yanıtının alınması bunun haklılığını kanıtlamaktadır.

1) Proje ile ilgili olarak tasarım üretimi aşamasına kadar yapılan yönbilgiler (brief), açıklamalar ve gösterilen sunular, geçen yılın dereceye giren afiş tasarımları ve diğer afiş tasarımı örnekleri, gerçekleştirilen beyin fırtınaları ve yapılan konuşmalar tasarım süreciniz için yeterli ve etkili oldu mu?

2) Projede afiş tasarımlarınızı gerçekleştiren tasarım sorunlarının çözülmesine

yönelik bir yöntem bilgisi edindiniz mi ?

3) Ulusal ve uluslararası yarışmalar için yürütülecek proje ya da etkinliklerde yine yer almak ister misiniz ?.

Proje kapsamında katılımın sağlandığı tasarım yarışmalarının öğrencilerin tasarım eğitimlerine sunduğu açılımlar, kazanımlar denemeye ve görülmeye değerdir.

Ulusal ya da uluslararası tasarım yarışmalarına katılan öğrencilerin, yaratıcı bireysel katılımcı kişiliğine, toplumsal ve tasarımcı kimliğine ve tasarım eğitimlerine katkıları şu şekilde sıralanabilir:

1) Yarışmalar için oluşturulan projelere katılan öğrenci, öncelikle yarışma şartnamesinin kapsamı ve niteliği hakkında (seçici kurul üyelerinin tespiti, görev ve sorumlulukları, değerlendirme ölçütleri, telif hakları, tasarım tescili vb.) ilkeli, seçici bir tutum geliştirir.

2) Yarışma amacı ya da yönbilgileri ışığında ortaya konulan problemlerin çözümlemesi konusunda bir tasarım düşüncesi oluşturma aşama ve yöntemlerini öğrenir.

3) Yaratıcılığı engelleyen faktörleri ve onları kontrol altında tutabilme gerekliliğinin bilincinde olur.

4) Tasarım sürecinin, problemin çözümü için optimum verimliliği sağlayabilmesi amacıyla, kendisinin ne tür bilişsel yaklaşımlar geliştirmesi gerektiği (örneğin, problemle ilgili ne tür öğrenme yöntemleri ve çözümleme yaklaşımları geliştirmeli gibi) fark eder.

5) Tasarım problemine çözüm üretebilmek, değerlendirme ölçütleri ışığında daha iletişimsel, işlevsel ve estetik kılabilmek için kendi kendine sorgulamayı öğrenir.

6) Bireysel olarak gerçekleştirilen sorgulamalar dışında proje grubuyla proje yöneticisi eşliğinde düzenlenen beyin fırtınası oturumlarıyla, çok daha yoğun oranlarda yeni fikirlere ulaşıldığını, yeni fikirlerin yeni çağrışımları tetiklediğini, üzerinde durulabilecek yaratıcı fikirlerin geliştirilebilme ve değerlendirme ölçütlerini kavrar. Bu ekip çalışmasında zamanın ekonomik kullanımıyla, tasarım süreci açısından avantaj yakalandığının, bireysel yaratıcı gelişmelere zemin hazırladığının farkına varacaktır. Ekip çalışmasıyla öğrenci, kendi değer birikimleriyle ekibin değer birikimlerini aynı amaç doğrultusunda birleştirebilmeyi, paylaşabilmeyi öğrenir. Yeni iletişim olanakları bireyi daha çok sosyalleştirir, yeni fikirleri zenginleştirir.

Bireyin psikolojik iç yapılanmasındaki hassas den-
geler pekişir.

7) Tasarım yarışmaları, öğrencinin, uygulama alanıyla ilgili yaratıcı, özgün, işlevsel ve iletişimsel tasarımlar üretmesini teşvik eder. Alanıyla ilgili güncel bilgilere ulaşması konusunda onu daha ilgili, disiplinli kılar.

8) Öğrenci, özellikle afiş ve endüstriyel ürün tasarımında sunulan yön-bilgiler aracılığıyla çevresel, sosyal, toplumsal, küresel olgulara ve yaşanan sorunlar karşı duyarlı olur. Tasarladığı ürünlerle, sosyal ya da tasarım sorunlarına öneriler getirerek sorunun değil çözümün bir parçası olduğunu kavrar. Tasarım ekolojisi bilinciyle üretken bir kişilik olma sorumluluğu kazanır.

9) Öğrenci, tasarım sürecinde bir problemin çözülmesine yönelik edindiği bilgi birikimi, deneyim ve yöntemleri; alan içi diğer uygulamalı derslerine, yaşam pratiğine uyarlayarak bir metodoloji kazanır.

10) Bilgi ve deneyim yetersizliği ile artan başarısızlık korkusu, nitelikli tasarım yarışma projeleri ve eğitimi süreçleriyle, yerini, özgüven ve cesaret duygularına bırakır.

11) Öğrencinin, tasarım yarışma şartnamelerindeki yön-bilgiler ışığında hem iletişimsel, işlevsel gereksinimleri karşılayacak bir tasarım problemi saptayabilme becerisi hem de pratik ve teknik olanaklarını araştırma algısı gelişir.

12) Öğrenci, tasarım yarışmalarına okul ya da yarışma projeleri kapsamında hazırlandığında, sektörel gereksinimleri karşılayacak nitelikte mesleki birikimi kazandığı gibi kendisi için eş zamanlı istihdam fırsatları yaratır.

13) Uluslararası tasarım yarışmalarda, yarışma projeleriyle elde edilen başarılar, ulusal gurur duygusu ve mutluluğu yaşatır.

14) Grafik tasarım alanında daha sık görülen sosyal iletişim projeleri ile öğrenci, tasarlayan birey olarak tek sorumluluğunun, girişimci kuruluşlara ekonomik kazanç sağlamak olmadığını; ekonomik kazanç amacı gütmeyen organizasyonlar ile de işbirliği yaparak, onlarla yaratılan ortak sinerjiyi paylaşarak, yaşayarak içinde bulunduğu topluma hizmet etme duygusu edinir.

15) Öğrenci, alanına özgü bilgi birikim ve deneyimlerini, tasarım problemi çözümleme yeteneğini ve bireysel yaratıcılığının sınırlarını zorlayarak kendini sınama ve aşma eğiliminde olur.

16) Yarışma süreci sona erse bile, öğrencinin bilinçaltı, tasarım problemi çözümleme egzersizlerinden ötürü açık olacağı için; gözlemleri, düşünceleri aracılığıyla sentezlenecek ve yeni, yaratıcı fikirler üretmeye devam edecektir.

17) Öğrencinin; insanlara, doğaya ve hayvanlara duyumsadığı sevgi daha da anlam kazanır.

18) Öğrenci, düşüncesini dijital ortama aktarmaya çalışırken vektörel ve piksel tabanlı programlara olan hakimiyetini artıracaktır. Bunlar dışında, tasarımı dereceye girdiğinde, para ödülü, yurtiçi ya da yurtdışı eğitim bursu olanağı, yayın aboneliği, teknolojik hediyeler ve tasarımının sergilenmesi gibi avantajlara sahip olabilir. Aldığı ödülleri, sergilemeleri özgeçmişine (biyografi) ekleyebilir, adını ulusal/uluslararası platformlarda duyurabilir.

“Yarışmaların ders için üretilen (ödev) çalışmaların dışında ürün gelişimine yönelik özendirici enerjiler oluşturduğu açıktır. Bu durumun başka bir olumlu yanı da alanında üretken adayların belirlenmesine fırsat oluşturmastır”.¹⁰

Ulusal ya da uluslararası tasarım kuruluşlarınca desteklenen, seçici kurul üyeleri, değerlendirme ölçütleri ve diğer unsurlarıyla, ilgili kuruluşların, yarışma şartnamesi yönetmeliğine uygun olan tasarım yarışmalarına katılan öğrenci, yarışma sonuçlarının değerlendirilmesinde güvenilir, dürüst ve tarafsız bir tutum sergilendiğini bilir ve yarışmayı kaybetse bile daha kolay kabullenir. Yeni yarışmalar için motivasyonu ise daha yüksek olur. Tasarım yarışmaları için düzenlenen projelerde, öğrenciye rehberlik eden proje yöneticilerinin bu süreçte edinilen kazanımlarda önemli bir katkısı vardır. Elde edilen başarı, proje yöneticisinin doğru, nitelikli rehberliğiyle olasıdır. Bu nedenle, proje yöneticisi olacak adayda bulunması gereken bir takım unsurlar var olmalıdır. Bu unsurlar şu şekilde sıralanabilir:

1) Ulusal/uluslararası tasarım yarışmalarının amacını ya da (varsa) yön-bilgisini, çok iyi bir biçimde, en yalın ve düz cümlelerle sunmalı, öğrencilerin görsel belleğini, içerikle ilgili çok sayıda görsel, işitsel veri bombardımanına tutmalıdır.

2) Beyin fırtınasında, dile getirilen fikirlerle alay edilmesine, yargılanmasına engel olmalı, gruptaki her öğrenciyi düşüncelerini söylemeye davet etmeli, fikirlerin rahatlıkla ifade edilebilmelerini, geliştirilerek çeşitlendirilmelerini sağlamak için hoşgörüyü dayalı, eğlenceli, esprili, sinerji dolu bir atmosfer yaratmalıdır.

10- Oya Uzuner, “Sanat Eğitiminde yarışmaların Önemi ve Muammer Çakı Seramik Yarışması”, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Süreli Sanat ve Kültür Dergisi, 16, 2005, s.108.

3) Tasarım yarışması alanında kuramsal ve uygulamalı bir birikime ve deneyime sahip olmalıdır.

4) Yaratıcı fikirleri ve onların afiş tasarımı-na uygulanabilirliğini değerlendirir ve kararını verirken, kendi beğeni anlayışını dayatmaya çalışmamalıdır. Şartnamedeki amaç ya da yönbulgi doğrultusunda ve değerlendirme ölçütleri ışığında evrensel eleştiriler yapmalı, nesnel davranmalıdır.

5) Öğrencilerin görsel, imgesel, kurgusal yanlışlar yapmasına izin vermelidir.

Öğrencilerin doğru, yaratıcı, nitelikli, yeni olanı bulabilmeleri amacıyla onları problem çözümü için sorgulama yapmaya teşvik etmeli, hazır reçete çözümler sunmamalıdır. Öğrencilere, yaratıcı bireysel eğitim sürecinde deneyim ve özgüven kazanmaları için fırsatlar sunulmalıdır.

SONUÇ

Öğrencilerin yaratıcı potansiyellerini açığa çıkartabilmeleri için tasarım yarışmaları birer fırsat olarak düşünülebilir ve değerlendirilebilir. Jüri üyeleri ve değerlendirme ölçütlerinin nitelikli olduğu, alana özgü otorite sahibi kuruluşlarca desteklenen ulusal/uluslararası tasarım yarışmaları, proje kapsamında yürütülen etkinliklerle desteklendiği takdirde, tasarım eğitimi sürecinde öğrenciler, alanlarına özgü bilgi birikimi ve deneyim kazanarak, tasarım probleminin özgün çözümlenmesi konusunda sistemli, metodolojik yaklaşımlar edinecek, yaratıcılık düzeylerini geliştirerek zenginleştirecektir.

Uluslararası grafik ve endüstriyel tasarım yarışmalarında elde edilen olumlu sonuçlar, ulusal tasarım eğitiminin, uluslararası ölçütlerde güncel bilgilerle çağdaş düzeyde verildiğinin, önemsendiğinin bir göstergesi olarak algılanacaktır. Tasarım eğitimindeki bu kaliteli yaklaşım, bir tasarım ürününün/hizmetinin satın alınabilirliğini/satılabilirliğini ya da yarattığı etkiyi, daha etkili ve anlamlı kılacaktır. Grafik ve endüstriyel ürün olarak bir tasarımın kalitesi arttıkça, üretim, pazarlama ve tüketim süreçleri de hızlanacaktır. Küresel ekonomik krizler nedeniyle üretim hacmini daraltmayan, reklam harcamalarını azaltmayan girişimci kuruluşlar bunun iyi bir örneğidir.

Yarışmalara katılım sağlayarak tasarım eğitimi edinen öğrenciler, daha doğru çözümlemelerle sektörel gereksinimleri karşılayabilecek düzeyde mezun olabileceklerdir. “Bu tasarımcıların yetiştirilmesi için gereken eğitim, en az yeni teknolojilere yapılan yatırım kadar önemlidir.”¹¹ Ulusal ürünler ile uluslararası platformlarda yer alabilmek, rekabet edebilmek, dünya pazarlarıyla bütünleşebilmek için yalnızca üretim teknolojilerine yönelmek ve onlara yatırım yapmak ise akıl dışı olacaktır.

5. KAYNAKÇA

Atalayer, Günay. “Bilgisayar Destekli Tasarım ve Tasarımcının Önemi”, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Ankara, 1997 S. 16, 36-43.

Bayazıt, Nigan. Endüstriyel Tasarımcılar için Tasarlama Kuramları ve Metotları, (s.13), Birsan Basın Yayın Dağıtım Tic. Ve San. Ltd. Şti., İstanbul, 2004.

Becer, Emre. İletişim ve Grafik Tasarım, Dost Kitabevi, Ankara, 1997.

Biese, Igildo G.. Graphic Design Education, Hasting House Publisher Inc., New York, 1981, 5-8.

Bilge, İlhan. “Yarışmayı kazanan kim?”, Grafik Tasarım Dergisi, S.12, İstanbul, 2007, 24-29.

De Mozota, Brigitte Borja. Tasarım Yönetimi (Çev. Sibel Kaçamak), (2.Basım), MediaCat Kitapları, İstanbul, 2006.

Ergüven, Ardan. “Sosyal iletişime yardım eden proje: Good50x70, Grafik Tasarım Dergisi, S. 13, İstanbul, 2007, 8-18.

Seylan, Ali. Temel Tasarım, M-Kitap, Dağdelen Basın Yayın Ltd. Şti., Baran Ofset, Ankara, 2005.

Uzuner, Oya. “Sanat Eğitiminde yarışmaların Önemi ve Muammer Çakı Seramik Yarışması”, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Süreli Sanat ve Kültür Dergisi, S. 16, Ankara, 2005, 7-11.

11- Atalayer, a.g.e., s. 43.

Yrd. Doç Dr., Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Geleneksel Türk El Sanatları Bölümü Öğretim Üyesi (eposta: bsezer@atauni.edu.tr)