

Yazılar:

G R A F İ K E R L E R M E S L E K K U R U L U Ş U

KARİYER

Baskıdan dijitale geçiş süreci

Julie Ann Sims

How, Temmuz 2013

Çeviri: Emre Becer

Geleneksel araç-gereçlerden yeni olana geçiş yapmak için henüz çok geç değil. Etkileşimli (interactive) tasarım çalışmalarına yönelirken, aşağıdaki beş noktayı dikkate almanızda yarar var.

Dijital devrimin sizi ıskaladığını düşünerek kaygılanıyor musunuz? Gelenekselden online medyaya geçişin üzerinden uzun yıllar geçtiği kesinlikle doğrudur. Ancak birçok uzman, bu dönüşümün bir sonuca ulaşmaktan henüz çok uzak olduğu konusunda aynı düşünceleri paylaşıyor. Yani “güverteye tırmanmak” için hâlâ zaman var. Spor salonundaki dolabınızın kilidi bildiğiniz tek şifre bile olsa, tasarımcı olarak dijital dalgaın üzerine çıkıp uzaklara gitmek için çok güçlü bir konuma sahipsiniz.

Var olan yetenekleriniz – güncel eğilimlerin farkında olmak, tasarıma görsel bir çekicilik kazandırmak, işe dayalı problemleri çözmek ve müşterilerinizin kafası ile düşünebilmek – dijital âlemde de aynı oranda önemli ve geçerlidir. Bu yüzden, henüz ayağınızı etkileşimli tasarım sularına değdirmemiş olsanız bile, bu suya dalmak için hâlâ çok geç değil. Aşağıda vurgulanan beş nokta, bir rota çizmenizde size yardımcı olacaktır.

1. Evrensel ilkeleri uygulayın

Evet, dijital projeler yüksek teknoloji içerir; ancak aynı zamanda sezgisel, harekete geçirici ve ikna edici bir tasarıma da ihtiyaç duyar. Ne tür bir iletişim aracından yararlanırsanız yararlanın, güçlü bir estetik yapı bütün kapıları açar. Etkileşimli tasarım konusunda uzmanlaşmış çoğu firmanın eleman

alırken tasarım yeteneğine öncelik vermelerinin en önemli nedeni de budur. Örneğin, San Francisco’da bulunan “Hot Studio”nun başkanı ve yaratıcı yönetmeni Henrik Olsen; etkileşimli tasarımın ürettikleri projelerde aslan payına sahip olmasına rağmen, yeni bir eleman alırken, etkileşimli tasarım deneyimine sahip olmasalar da, öncelikle en iyi tasarım okullarından mezun olan öğrencileri araştırdığını söylemektedir. Gerçekten de şu anda yeni işe alınanlar arasında, ağırlıklı olarak özgünbaskı eğitimi almış ve güzel sanatlar akademisinden yüksek lisans derecesi ile mezun olmuş bir öğrenci bulunuyormuş. Olsen bu yeni elemanın çalışmalarını insanın aklını başından alacak derecede güzel bulduğunu söylüyor: “Ayrıntıya gösterdiği özen ve kompozisyon anlayışı, onu, böyle bir altyapıya sahip olmayan diğer bazı tasarımcılardan daha üstün bir konuma getiriyor.”

Chicago’da faaliyet gösteren yaratıcı tasarım firması “Mightybytes”ın sahibi, medya ve pazarlama alanında birçok kitabın yazarı olan Tim Frick, online ortamda güçlü ve yetenekli tasarımcılara büyük ihtiyaç olduğunu belirtiyor. Frick’in ağırlıklı olarak web tasarımı yapan firmasında işe aldığı ve uzun süreli olarak görevlendirdiği çalışanlarından birisi de özgünbaskı eğitimi almış bir öğrenciymiş. Frick şunları ekliyor: “Bir elemanın işe alınması, karmaşık ve çok yönlü bir süreçtir. Baktığınız ilk şey; adayların nasıl iletişim kurduğu, tasarım kararlarını nasıl aldığı ve bir stratejiyi tasarım problemine nasıl dönüştürdüğüdür. Bunlar, dijital dünyaya özgü olmayan bazı evrensel iletişim yetenekleri ve tasarım deneyimleri arasında sayılabilir.”

2. İletişim yetenekleri önemli ve önceliklidir

Frick’in de vurguladığı gibi; iletişim yetenekleri tasarım alanında oldukça yardımcıdır, ancak dijital tasarım alanında bu yeteneklerin önemi daha da artar. Önceleri, pazarlama ve halkla ilişkiler birimlerinin bir projeye dahil edilmesi, mutfakta bir sürü aşçının görev yapması anlamına geliyordu. Şimdi ise bir firmanın pazarlama, halkla ilişkiler,

insan kaynakları, müşteri hizmetleri ve satın alma görevlilerinin oluşturduğu bu “aşçılar”, tek bir dijital girişim içinde devreye girebiliyor.

Teknoloji ekiplerine ve kullanıcı deneyimi yönetimine yönelik, standart sistem eğitimi veren “The Skool” firmasının yöneticilerinden Jose Caballer şunları söylüyor: “Bir web projesinde işbirliği yapmak, son derece karmaşık bir olgudur.” Caballer’e göre, farklı alanlarda çalışan insanlar arasında bir çalışma programı ve eşgüdüm oluşturmaya yönelik “eski usul” proje yönetim biçimleri, online projelerin dinamik doğasına çok da fazla uyum sağlayamıyor. Çünkü bu tür projelerde çalışma ilerledikçe, önceleri üzerinde anlaşma sağlanmış bütün noktalar değişme eğilimi gösteriyor. Caballer, etkileşimli tasarımın çok sayıda çalışma grubu arasında sürekli bir iletişim akışını zorunlu hale getirdiğini belirtiyor. Doğru insanlarla aynı yönde bir iletişim akışı gerçekleştirmeyi başarabilen kişiler, derinlemesine bir teknik yeteneğe sahip olmasalar da, dijital alanda söz sahibi olabilir.

3. Bilgisayar dilini konuşabilecek hale gelin

Dijital bir tasarım çalışmasının üstesinden gelecek teknik bilgiye sahip olmanız da bazı basit kodlamaları öğrenmelisiniz. Hatta bunun için günlerinizi programlama işlerine ayırmanıza gerek bile yok. HTML ve CSS konusunda bilgi sahibi olmak; ön planda görünen tasarım problemini çözmenizin yanı sıra, arka planda görev alan programcı ve mühendislerle iletişim kurmanıza da yardımcı olur. Olsen bu durumu, Paris’e gittiğinizde az bir Fransızca ile derdinizi anlatmaya benzetiyor ve ekliyor: “Ancak, bu çaba çok işe yarar.”

Olsen; teknik bilgilerinizi geliştirme aşamasında, daha karmaşık programlara geçmeden önce “kapiyı aralamaya yardımcı bir iksir” olarak tanımladığı “Dreamweaver” programı ile işe başlamanızı öneriyor. HTML ve CSS’i; www.lynda.com, www.codecademy.com ya da diğer

online eğitim sitelerine girerek hızlı bir biçimde öğrenebilirsiniz. Frick şu noktayı vurguluyor: “Temel bilgileri öğrenmek zor değil, ancak uzman olmak istiyorsanız bu işe bayağı bir zaman ayırmanız gerekir.”

4. Bir uzman gibi

yaşamak zorunda değilsiniz

İyi ki, başarılı bir dijital kariyer edinmek için teknisyen olmak zorunda değilsiniz. Gerçekte teknik konuların içine fazla dalmadığınız sürece, kişisel olarak yarattığınız tasarımın birtakım kodlama ve sınıflamalara dönüşmesini de engelleyebilirsiniz. Olsen şu olguya dikkat çekiyor: “Şimdiye kadar mühendislerimizle aynı düzeyde, iyi bir kodlama bilgisine sahip bir tasarımcıya rastlayamadım. Bazı insanlar öncelikle teknolojiyi öğrenmeye başladıkları için belirli bir noktanın ötesine geçemiyor ve tasarım düşüncelerini, nasıl işlediğini iyi bildikleri teknoloji ile sınırlıyor.”

Eğer hayatınızı geceleri geç vakitte yayınlanan televizyon programlarına göre planlayan bir kişilik yapısına sahipseniz, mühendis ve programcılarla etkili bir iletişim kurmak için gerekli teknik bilgileri edinmeye odaklanın. Olsen; yeni yetenek ve bilgiler edinirken, kompozisyon ve prototip yaratmada kullanılan “Photoshop” ve “Illustrator” gibi halen bildiğiniz programlardan yararlanmanızı öneriyor.

Programlama konusuna özel ilgi duyan az sayıda tasarım profesyonelinden biriyseniz; bir web tasarımını başından sonuna kadar çözümlemeyi bilen, yani her işe yarayan “İsviçre çakısı” tarzında tasarımcılar arayan küçük ve orta ölçekli kuruluşlarda çalışmayı da bir seçenek olarak düşünebilirsiniz.

Teknik konularla haşır neşir olsanız da olmasanız da, yeni ortaya çıkan araç ve eğilimleri yakın bir ilgi ve tutkuyla izlemek, dijital tasarım alanında başarılı olmak isteyenler için birincil koşuldur. Olsen şu noktaya dikkat çekiyor: “Doğasında merak olan kişilerle çalışmayı tercih edersiniz. İşin asıl özü de budur; interaktif deneyimlere büyük bir merak ve tutkuyla yaklaşmak.”



5. Bütün bunlar size değil kullanıcıya yöneliktir

Etkileşimli tasarıma olan tutkunuz, sonunda tasarımınızla yüz yüze gelen insanlara da bulaşır. Kendinizi müşteriniz yerine koymadaki yetenek ve çabanız; ilgi, heyecan ve paylaşım ortamı yaratan dijital deneyimleri geliştirmenize yardımcı olur.

Olsen, böyle güçlü tutkularıyla dikkatini çeken bir çalışanını hatırlıyor: “Kendisiyle bir AIGA toplantısında tanışmıştım. Kavramsal düşünce biçiminden ve etkileşimli tasarıma olan merak ve ilgisinden öyle etkilendim ki, onu hemen firmamıza kazandırmaya karar verdik. Okunmaya değer web siteleri tasarlıyor ve daima bir adım geriye çekilip; ‘Bu tasarım gerçekten iyi oldu mu?’, ‘Okuru davet edici özelliklere sahip mi?’ gibi sorularla kendi çalışmalarını analiz ediyor. Eğer kullanıcının (okurun) ilgisini çekemezseniz, yaptığınız şeyin hiçbir anlamı kalmaz.”

Caballer ise şu noktanın altını çiziyor: “Müşteriye odaklanmak sezgisel bir olgu gibi algılanır, ancak bu, çoğu firma için zorlu bir mücadele alanıdır. Çünkü firmalar daima proje parametrelerinin tanımlandığı kurumsal hedefleri içeren yönetim stratejilerinden yararlanır. Gelecekte kullanıcı deneyimi odaklı çözümlerin daha da önem kazanacağı görüşündeyim. Gelişen teknoloji size bir sürü seçenek sunuyor. Ancak buradaki en önemli nokta, tasarlanan şeyin onu kullanan kişi ile nasıl iletişim kuracağına kafa yormaktır.”

Teknolojinin her geçen gün yeni kapılar açması (Google gözlükleri, üç boyutlu baskı ve sinema teknolojisi vb.), daha enerjik ve coşkulu bir kullanıcı deneyimi yaratıyor ve tasarım düşüncesine duyulan ihtiyaç da buna paralel olarak artıyor. Şu andan itibaren yeteneklerinizin bir tür “envanterini” çıkarın, ruhunuzun derinliklerine inip gerçek ilgi alanlarınızı ortaya dökün. Elinden her iş gelen bir tasarımcı/geliştirici misiniz? Yüksek teknolojiyi etkin biçimde kullanan ve mühendislerle sorunsuz iletişim kuran bir tasarımcı mısınız? Ortak çalışmalar yürüten bir online proje yöneticisi misiniz? Yoksa tamamen farklı bir işte mi çalışıyorsunuz? Hangi konumda görev yaparsanız yapın; dijital devrimin aktif bir katılımcısı olmanız hiç de zor değil. ●

Julie Ann Sims, Kuzey Amerika’da tasarım profesyonellerini yaratıcı hizmet sektöründe istihdam etme konusunda uzmanlaşmış “The Creative Group” (www.creativegroup.com) firmasında iletişim stratejisi yöneticisi olarak görev yapmaktadır.

İş arayanlar için yeni kurallar

Julie Ann

How, Mart 2013

Çeviri: Beril Tülü

İster yeni mezun olun ister en son iş arayalı birkaç yıl (veya daha fazlası) geçmiş olsun, bu 12 taktik iş arayışınızı güncel tutacak.

Kaldırımları aşındırmak. Özgeçmiş üzerine kafa patlatmak. Dinleyicileri ele geçirmek. Eski “denenmiş ve gerçek” iş taktikleri, artık “gerçek” olmaktan çok “denenmiş” halinde. Ekonomi ve teknolojiye değişimler, sizi iletişim kurma biçiminizi güncellemek zorunda bırakıyor – hem işinizi yaparken hem de yeni bir iş ararken. Bahsedeceğimiz 12 ipucu iş arayışınızı çağdaştırmanıza ve göz koyduğunuz işi almanıza yardımcı olacak.

1. Özgeçmişinizi en uygun hale getirin

Özgeçmişlerin eskisi gibi önemli bir iş arama aracı olmadığı artık sır değil. Hatta, The Creative Group’un yaptığı ankete göre insan kaynakları müdürlerinin %36’sı gelecekte özgeçmişlerin yerini büyük ihtimalle LinkedIn ve Facebook gibi profesyonel sosyal ağların alacağını söylüyor. Yine de, sizin bir özgeçmişe ihtiyacınız var – tercihen birçok firmanın kullandığı otomatik izleme sistemlerinden geçebilecek anahtar kelimeleri

içeren bir özgeçmiş. Bu sistemler o kadar gelişmiş ki o pozisyon için önemli olan birçok anahtar kelimeyi aynı anda tarayabiliyor; kelimelerin çoğu da zaten iş ilanının içinde geçen kelimeler. Örneğin, reklam ajansına üst düzey tasarımcı arayan biri “Adobe Creative Suite,” “CSS,” “HTML” ve “ajans” gibi basit anahtar kelimeler kullanabilir. Bu kelimelerden birini kullanmamak ise sizin aday listesinden çıkmanıza sebep olur. Anahtar kelimelerinize yer açmak için alakasız bölümleri özgeçmişinizden çıkarın. Hedefler, referanslar hakkında bilgi ve son 15 yıldan daha önce çalıştığınız yerleri ya da başarılarınızı çıkarabilirsiniz.

2. Boşluklara dikkat edin

Ekonominin dalgalandığı dönemler yüzünden birçok yetenekli tasarımcının özgeçmişlerinde boşluklar oluştu. Birçok işveren son yıllardaki zorlukların farkında olsa bile uzun süre işsiz kalmış birini işe alırken tereddüt edebilir. Örneğin başvuran kişinin isteğini kaybettiğini veya bilgilerinin eski kaldığını düşünebilir. Bu sorunları işsiz kaldığınız dönemde neler yaptığınızı dikkat çekerek giderebilirsiniz – gönüllü işlerde çalışmak, ders almak, yeni beceriler elde etmek vs. olabilir. Ayrıca yaptığınız her serbest işi de özgeçmişinize eklemeyi unutmayın. Mesela, bir iş bulma firmasında çalıştıysanız işvereniniz olarak o firmayı özgeçmişinize eklemeli ve firmanın kısa bir açıklamasıyla beraber orada yaptığınız projeleri yazmalısınız.

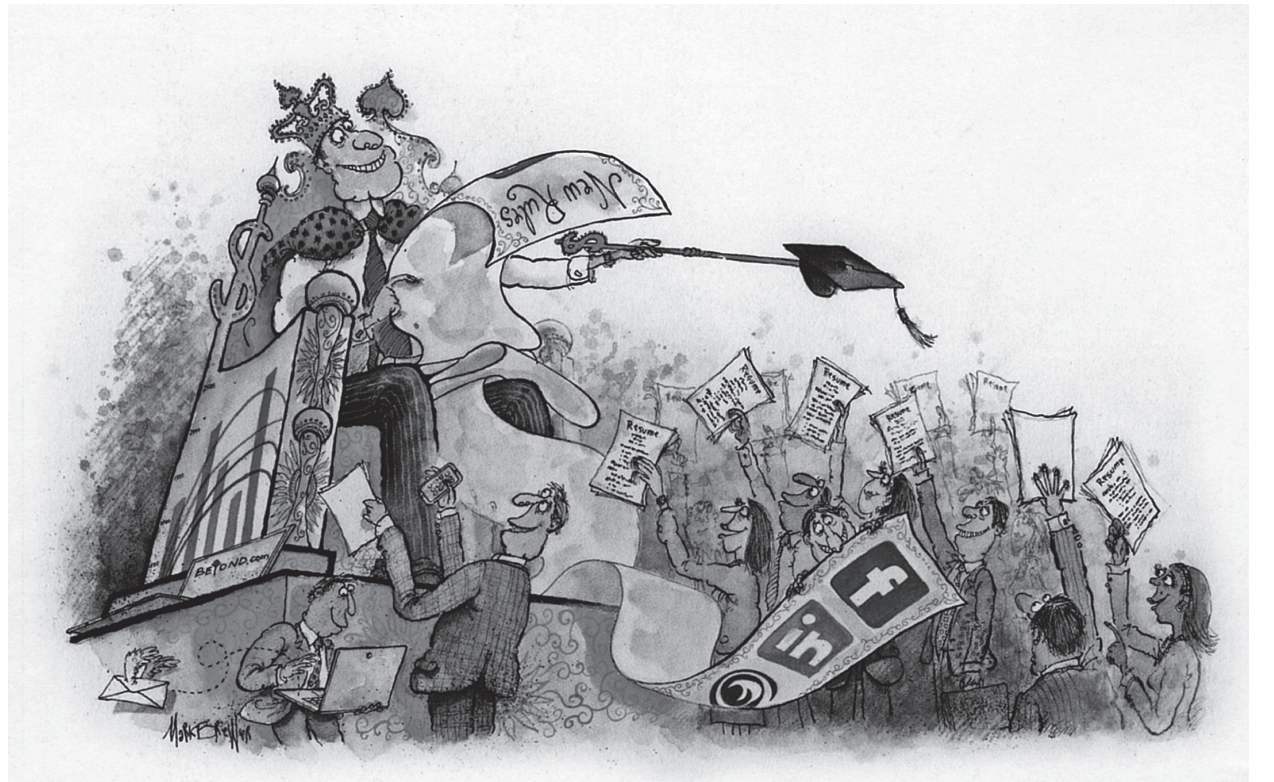
3. Özgeçmiş patlamalarından sakının

Özgeçmişinizi yüzlerce işverene toplu e-posta olarak atmak aklınızı

celebilir, ama bu yaklaşım nadiren işe yarar ve bazı ciddi dezavantajları vardır. Öncelikle bu, herkese her şey olmaya çalışmaktır. Daha önce bahsedilen anahtar kelimeleri hatırlayın. İyi hazırlanmamış bir özgeçmiş işe kabul edilmeme sebebi olabilir. Daha fazlası, sizin genel hatlarla hazırladığınız özgeçmişiniz şirketlerin otomatik izleme sistemlerine takılabilir ve daha hedefe yönelik özgeçmişler sizin önünüze geçebilir. Özgeçmiş patlamasıyla ilgili bir diğer problem ise zaten sizi çok heyecanlandırmayan şirketlere ulaşmaya çalışıyor olabilirsiniz. Sizin gerçekten ilginizi çeken şirketlere, iş açıkları olsun olmasın, özenle hazırladığınız özgeçmişinizi yollamak daha iyi sonuçlar getirecektir.

4. Takip edin

The Creative Group’un üst düzey yöneticilerin katılımıyla düzenlediği bir ankette on yöneticiden sekizi, iş arayan kişinin iş başvurusu yaptıktan iki hafta sonra başvurusunu takip etmesini uygun bulduğunu söyledi. Eğer bir şirket açıkça size onları aramamanızı söylemediyse onlara ulaşmaya çalışmanız akıllıca olur. Bu konuşmalar çok tehlikeli olabilir – kendinizden çok onlar hakkında konuşmalısınız. Örneğin, eğer web tasarım işine başvurduysanız şirkete olan ilginizden bahsederek konuşmaya başlayıp şirketin internet sitesine yapabileceğiniz katkıları anlatabilirsiniz. Soru sormak, sohbetin ilerlemesi için iyi bir yoldur. Bu durumda, şirketin internetteki önceliklerini sorabilirsiniz. Konuşmayı bitirirken işe alma müdürünün onunla yüz yüze daha uzun konuşmaktan zevk



alacağınızı bilmesini sağlayın ve ona bir görüşme ayarlamayı önerin.

5. Açıklayıcı mektup üzerine yoğunlaşın

Bir sürü kişi açıklayıcı mektupları eski görebilir, ama The Creative Group’un yeni bir araştırmasına göre on üst düzey yöneticiden dokuzu, bu notları potansiyel işe alımları değerlendirirken yararlı bulduklarını söyledi. Ancak, tabii ki, bu sizin “Sayın Bay veya Bayan” şeklinde başlayan uzun mesajları olan bir mektup yazmanız gerektiği anlamına gelmiyor.

Çağdaş açıklayıcı mektup kısadır (iki paragraftan uzun olmaz), çünkü büyük ihtimalle internet üzerinden okunur ve asıl işe alım müdürüne gönderilmiştir. Daha önemlisi, özgeçmişinizde bulunmayan bilgileri içerir. Bu mektupta, bu pozisyon veya şirket hakkında ilginizi çeken şeylerden bahsedebilir ya da eski işleriniz hakkında oluşabilecek soruları önceden cevaplandırma fırsatını bulabilirsiniz. Eğer hasta bir yakınınıza bakmak için işten bir yıl uzak kaldıysanız açıklayıcı mektup bunu açıklamak için güzel bir fırsat olur. Bir yaratıcı olarak iyi kaleminizle ve etkileyici vurgularınızla akılda kalıcı olabilirsiniz.

6. Profilinize çalışın

Potansiyel işvereniniz sizi internette aradığı zaman hangi bilgilerin en yukarıda çıktığını bilmek çok önemli. Şüpheli fotoğraflar, uygunsuz söylemler veya işvereninizin aklında soru işareti doğuracak başka herhangi bir bilgiyi internette paylaşmamak konusunda çok fazla şey zaten hep söylenir. Ama sadece savunmaya oynamayın. Bütün yaratıcı sektör işlerindeki adaylar, iş örnekleri, endüstri eleştirileri ve grup bağlantılarını içeren etkileyici internet profilleri oluşturuyor. Özgeçmişinize ve portfolyonuza, potansiyel işverenlerinizin görmesi için hakkınızdaki tüm güzel internet bilgilerini içeren linkleri eklemeyi unutmayın.

7. Küratör olun

Yaratıcılık, kendi ürününü yaratmak kadar iyi bir işi tanımayı da gerektirir. Bu yüzden sadece kendi yaptıklarınızı değil başkalarının yaptıkları işlerden hangilerini beğendiğinizi göstermek de önemli. Sosyal medya varlığını buna borçlu. Pinterest, örneğin, sizin temalı “mantar panolar” oluşturmanızı sağlıyor. Aynı şekilde, Behance.com üyelerinin en çok beğendikleri projeleri bir araya getirmelerini sağlıyor. Başkalarının projelerini vurgulamak, özellikle yeni mezunlar

ve alana yeni giriş yapanlar için yararlı olabilir; çünkü bu işe alım müdürüne, başvuranın kişisel tarzı hakkında yeni oluşturulan bir portfolyonun sunabileceğinden daha fazla fikir verebilir.

8. Portfolyonuzu güçlendirin

En etkileyici portfolyolar, sunulan projenin sonuçlarıyla beraber tamamlanan bir hikâye anlatanlardır. Bu bilgiye ulaşmak her zaman kolay değildir. Bu yüzden hem kurum içi hem kurum dışı müşterilerle yakın ilişki içinde olmak önemlidir. Onlara başarıyı neyle ölçtüklerini sorun ve proje açıklamalarıyla beraber kampanyaların sonuçlarını da portfolyonuza koyun. Bu ekstra adım, işe alım müdürlerine tasarım işinin nasıl yürüdüğünü anladığınızı gösterir. İşin özüne odaklanmanız, çalışma arkadaşlarınıza sadece bir estetik uzmanı değil gerçek bir iş adamı olduğunuzu gösterir.

9. Ağınızı iyi kurun

İş ağınıza genişletmek size bir sahtekârlık gibi mi geliyor? O eskiden “dinleyicileri ele geçirmek” dediğimiz ve herkesin elini sıkmanızı gerektiren bir durumdu – ortak noktanızın ne kadar olduğunun önemi yok – ve ağ kurmanın en üst noktasıydı. Tahmin edildiği gibi birçok kişi bunu tatsız bulurdu. İyi haber şu ki günümüzde ağ kurmak daha çok ortak zevkler üzerine. Forumlar ve sosyal medya siteleri sayesinde internet üzerinden sizin gibi düşünen birçok kişiyle tanışabilir ve sizinle aynı tutkuları paylaşan insanlarla birebir tanışabilirsiniz. Grup toplantıları, örneğin, görsel tasarımdan HTML5’e kadar çeşitli konular hakkında ilgisi olan insanlarla tanışmak için bir fırsat. Ağ kurmak daha fazla gerçek ve daha az zorlama olduğu zaman, siz de daha çok bu iş içinde olmak isterseniz ve daha yararlı bağlantılar kurarsınız.

10. Yakın plana hazır olun

Potansiyel işvereninizle bir sonraki görüşmenizin Skype üzerinden olma ihtimali yüksektir. The Creative Group’un anketine göre insan kaynakları müdürlerinin yüzde altmış üçü, geçen sene sadece %14 görüşmenin video olmasına rağmen artık çoğu görüşmenin video üzerinden olduğunu söyledi. Firmalar artık daha fazla video görüşmelerine yönelmeye başladı, çünkü bu sayede uzaktan çalışan ya da seyahatte olan müdürler de işe alım adaylarıyla konuşma fırsatı yakalıyor. Ayrıca görüşmelere dahil olan herkese zaman kazandırıyorlar, çünkü kimsenin bir yere gitmesine gerek kalmıyor. Ancak kamera karşısındaki duruşunuz o kişiyle yüz yüze tanıştığınızdaki

davranışlarınızdan çok farklı olabilir, o yüzden kendinizi video görüşmelerine iyi hazırlayın (ipuçları için yazının sonuna bkz.).

11. Sabrın bir erdem olduğunu unutmayın

Şirketler işe alım konusunda seçicilerdir – hatta o kadar seçicilerdir ki kendinizi birçok görüşme yapmanızı gerektiren uzun, karmaşık işe alım süreçleri içinde bulabilirsiniz. Sinir bozucu mu? Evet, ama bu mutsuzluğunuzu belli etmeyin ve bu süreçlerin artık hep böyle geçtiğini kabullenin. İnişli çıkışlı bir ekonomide aşırı dikkat öne çıkar ve firmalar da masraflı işe alım hataları yapmamak için fazladan önlemler alırlar. Bir sürü görüşme yaparken hevesinizi korumaya odaklanın – aynı soruyu üçüncü kez cevaplarırken bile.

12. Hızlı “teşekkür ederim” deyin

Çabuk değişen iş bulma manzarasında, bir şey önemini hiç kaybetmedi: işe alım müdürlerine görüşme sonrası teşekkür notu yollamak. Değişen şey, bu notların tercih edilen gönderim şekilleri. The Creative Group insan kaynakları müdürleriyle bunun hakkında anket yaptığında, %87’si e-postaların en uygun teşekkür notu yollama şekli olduğunu söyledi. Sadece %3’ü elle yazılmış notu tercih etti. Bu asla yavaş postayla teşekkür notu yollamamalısınız demek değil – kendi tasarladığınız bir kartla teşekkür etmeniz lehinize puan kazandırabilir. Ancak sonuçlar gösteriyor ki toplantılar için işverenlerine teşekkür ederken zaman çok önemli, o yüzden görüşmenizin olduğu gün her zaman bir e-posta mesajı yollayın. Bu not sadece minnettarlığınızı göstermemeli, aynı zamanda sizin bu iş için en iyi kişi olduğunuzu hatırlatmalı. Göndermeden önce notunuzda yazım hataları olup olmadığını kontrol edin. Özgeçmişiniz gibi bu notların da sade olmasını istersiniz.

İşıklar, kamera, motor!

İş görüşmeleri yeteri kadar stresli değilmiş gibi artık bu toplantıların çoğu kamera önünde oluyor. Bu da iş başvurusunda bulunanların, işverenleri bu işe nasıl uygun olduklarına ikna etmelerine ek olarak ışığı, arka plan seslerini ve videoda nasıl göründüklerini düşünmeye zorluyor. İşte size, MediaMasters Inc.’in sahibi ve profesyonel medya eğitim ve koçluk danışmanı Tripp Frohlichstein’dan bir sonraki video görüşmenizin başarılı geçmesi için birkaç ipucu.

Tekrar yaptıkça öğrenilir. Görüşmeden önce bir arkadaşınızla

prova niteliğinde bir video konferansı yapın, ışığınızı ve arka planınızı ona göre ayarlayın. Mümkünse kendinizi kayda alın; böylece sonra nasıl görüldüğünüze bakabilir ve ayarlamalarınızı ona göre yapabilirsiniz.

Arka plan kontrolü yapın.

Giydiğiniz rengin, arka plan rengiyle iyi durduğundan ve arkanızda siyasi afişler, dağınık kâğıtlar gibi ilgiyi dağıtacak veya karşı tarafın hoşuna gitmeyecek bir şey olmadığından emin olun.

Görüntüye önem verin.

Görüşme sırasında ekstra dik durun. Bu sizin kendinize daha güvenli görünmenize ve duyulmanıza sebep olur. Ayrıca, kadınlar normalden biraz daha fazla makyaj yapmalılar. Erkekler de kadınlar da dikkat dağıtan renkli veya desenli kıyafetlerden kaçınmalılar.

El kol hareketi kullanmaktan çekinmeyin. Her el kol hareketiniz, sesinizin her özelliğini, yani perdesini, tonunu, geçişlerini ve hızını etkiler. Bu yüzden video görüşmesi sırasında ellerinizi kullanmaktan korkmayın, bu tamamen doğaldır.

Kameraya odaklanın. Video konferansı yaparken herkesin kameraya bakmak yerine kendine bakma eğilimi vardır ve bu göz kontaktını bozar. Ekranınızın üstündeki o küçük noktaya bakarak konuşmak her ne kadar size garip gelse de tüm görüşme boyunca sadece oraya bakın.

Az ve öz konuşun. Video üzerinden konuşurken insanların konsantrasyon süreleri kısaldır. Bu yüzden normalde vereceğinizden daha yoğunlaşmış cevaplar vermeye çalışın.

Kameraya ekstra güven

yansıtın. Video biraz abartı ister, bu sebeple kendinize güvenli durmak için normalde gösterdiğinizden daha fazla çaba gösterin. Ama tabii sonuç olarak, prova edilmiş gibi konuşmadan, inandırıcı olabilmelisiniz.

Biraz bekleyerek konuşun.

Video kullanırken kısa gecikmeler olabileceğini unutmayın ve karşı tarafın sözünü kesmemek için konuşmaya başlamadan önce bir iki saniye bekleyin.

Sese dikkat edin. Görüşme için sessiz bir yer seçin. Fazla ekosu olmayan küçük bir oda en iyi seçimdir. Gürültücü hayvanlarınızdan uzak bir noktada olduğunuzdan, telefonunuzu sessize aldığınızdan ve her türlü muhtemel sesi engellediğinizden emin olun. ●

Julie Ann Sims, How’ın resmi kariyer ortağı olan ve Kuzey Amerika’da yaratıcı profesyonellerin işe yerleştirmede özelleşmiş bir hizmet veren The Creative Group’un iletişim stratejileri müdürü.

Disiplinlerin entegrasyonu merkezde

Umut Kart

Tasarım Gazetesi, Ocak 2014

GMK eski başkanı Yeşim Demir, Icograda yönetim kuruluna yeniden Başkan Yardımcısı olarak seçildi. Sorularımızı yanıtlayan Demir, Icograda'nın disiplinlerin entegrasyonu konusunu merkeze aldığı söyledi.

Sizin yeniden vice president olarak seçilmeniz Türkiye adına ne anlama geliyor?

Icograda Afrika, Okyanusya, Amerika, Asya, Avrupa kıta bölgelerinden toplam 68 ülkenin üye olduğu bir dünya konseyi. Yönetim kurulu oluşumunda bölgelerin dengeli biçimde dağılmasına da özen gösteriliyor. "Professional", "Promotional", "Educational" gibi üyelik kategorilerinde 150'ye yakın kuruluş, dünyada grafik tasarım, görsel iletişim tasarımın disiplinlerini temsil eden birçok meslek örgütü, üniversiteler ve kurumlar var. Hal böyle olunca kararlar ve gerçekleşen etkinlikler bölgeler arasında bir karar ve planlama dengesi gerektiriyor. 2011'de ilk kez Taipei'deki genel kurulda göreve seçilmiştim. Yönetim kuruluna bir



kez seçildikten sonra orada kendi örgütünüzü temsiliyetiniz sona eriyor. Artık yönetim kurulunda bireysel olarak kendi donanımınızla görev yapıyorsunuz.

Icograda'nın yakın dönem planlarından bahsedelim mi biraz da?

Icograda zamanın ruhunu yakalamış bir oluşum. Biz de disiplinlerin entegrasyonu konusunu merkeze aldık. Önümüzdeki iki yıl zarfında yine dünyanın çeşitli bölgelerinde tasarım haftaları ile Icograda'yı aktif olarak izleyeceğiz. Elbette devam eden projeler de var. Iridescent ve Indigo (International Indigenous Design Network) dünyada tasarım kültüründe etkileşimi artırmak açısından çok önemli projeler. Sürdürülebilirlik Icograda'nın önemli parçalarından biri. Dünya çapında yüzlerce etkinliğe destek veriliyor. ADAA

tasarım ödülleri bunlardan biri. Achievement, Education ve Excellence ödüllerine bu yıl bir de Presidents Award'u ekledik.

Genel kurulun kimlik tasarımı da size ait. Bu tasarımda kriterleriniz nelerdi?

Icograda bu yıl 50 yaşını kutladı. 50. yıl logosu geçen dönem yönetim kurulunda görev yapan Fabrica'nın kreatif direktörü Omer Vulpinari'ye ait. Vulpinari'nin logosu yerkürenin ve kıtaların geometrik yapısından yola çıkıyor ve Icograda'nın bir dünya kuruluşu oluşu fikrini destekliyordu. Benim öteden beri tekrarın peşine düşmek gibi bir dürtüm var. Eğer bu yoksa da ben var ediyorum. "Tekrar" çocukluğumdan beri aklıma nakşolunmuş bir var oluş türü. Selçuklu kapı bezemelerinden, tekrar eden hareketlerden, dokulara kadar her tür örüntü ve tekrar bana çok cezbedici geliyor. İki boyutu üç boyuta çıkartıp sonra onu tekrar iki boyutlu olarak yeni bir tanımla yeniden kurmayı, böylelikle "şeyler"e tekrar yolu ile yeni gerçeklikler katmayı heyecan verici buluyorum. Vulpinari'nin logosundaki geometrik izleri alıp 2 ve 3 boyutlu olarak tekrar ettim ve 50. yıl kutlamasına çoğalma, çeşitlilik gibi kavramları da ekleyerek kutlama etkisinde bir sarmal yarattım. Genel kurul İstanbul'da yapılsaydı erguvan ve turkuvaz renkleri ile desteklenecekti. Montreal'e alınınca tüm renkler devreye girdi.

Türkiye'de grafik tasarımın geldiği noktayı değerlendirebilir misiniz?

Mesleki üretimimizi yaşadığımız hayattan soyutlayamayız. Tasarımın bireysel bir geçitten akıp kolektif bir vahaya döküldüğüne inananlardı. Tasarımcı ne kadar meraklı olursa herkes için o kadar iyi. Ben öğrencilerimde müthiş bir tutku ve merak görüyorum. Yaşadığımız günlerin zorluğu onları zaman zaman bloke etse de – kimi etmiyor ki? – yaşadıkları çağın farkındalar. Ülkemizde grafik tasarımın sorumlulukları ve meselelerinin yurt dışından bir farkı yok. Disiplinler birbirlerine ihtiyaç ve saygı gösterdikçe, işveren tasarımcıya kıymetini hakkını verdiği sürece gelişim daha sağlıklı olacak.

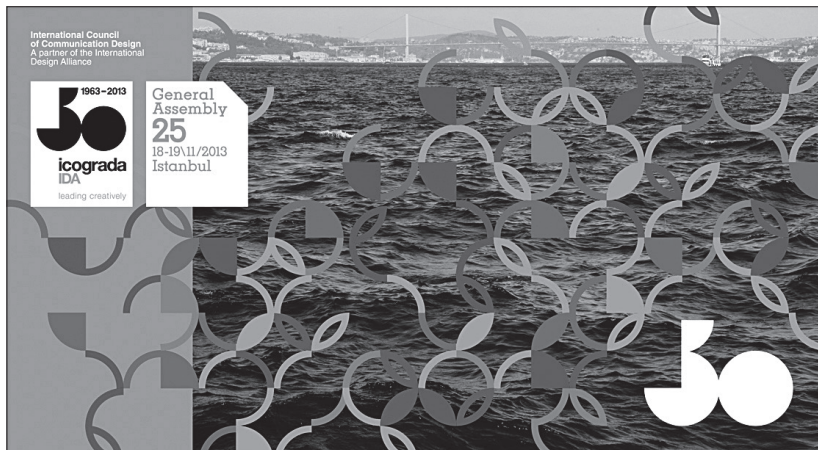
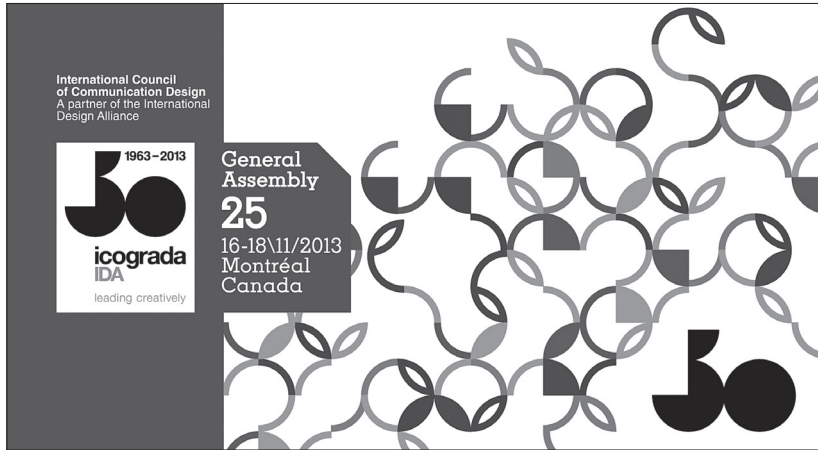
Sizce "communication design"ın tanımı zaman içinde değişiyor mu?

Tabii, malzeme değişirse tarif de değişir. Teknolojiyi tutabilene aşkolsun. Disiplinler, endüstriler birbirine komşu iken artık ortak çalışır oldular. En azından danışmalar çoğaldı. Bence iletişim tasarımı gerçek anlamını şimdi buluyor. Bir tasarımcı bir soruya yanıt ararken tüm disiplinleri

gözetmeli, kurumsal görsel kimlik, mimari, endüstriyel tasarım, dijital çözümler, hepsi aynı gemiye binerse, hedefe eksiksiz varılır.

Meslek örgütlerinin Türkiye'deki konumuna nasıl yaklaşıyorsunuz?

Meslek örgütlerinin daha etkin olması için tasarımcılar bir yandan üretirken diğer yandan beraber neler yapabileceklerine bakmalı. Ben kendi hesabıma işte tam da bu yüzden hayatımın bir kesitinde GMK, Icograda gibi oluşumlarda gönüllü olarak çalışmaya karar verdim. Tasarımcılar bireysel mesailerinden bir kısmını bu ortak var oluşa ayırabilirlerse meslek kuruluşları çok daha etkin bir yapıya kavuşur. Sponsorluk ve teşvik kavramları da çok önemli. Meslek örgütlerinin gönüllü kurumlar olduğunu düşünürsek her etkinliğin, her adımın meşakkatini hayal etmek zor olmaz. ●



YAZILAR

Grafikerler Meslek Kuruluşu
Derneği adına sahibi

Umut Södük

Tasarım

Bülent Erkmén

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve
Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Katkıda Bulunan: İlhan Bilge

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafikerler Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr