DEMOS ile Karşılaşmak

written by Ceyda Pektaş | 29 Haziran 2021



DEMOS'un kurumsal kimliğini, bitirme projemin bir parçası olarak yenilemeyi teklif ettiğimde, bu kadar güzel insanlarla tanışacağıma ve böyle güzel bir ekiple çalışacağıma dair fikrim yoktu. DEMOS'un görsel kalemlerini yeniden tasarlama projesi, benim Sabancı Üniversitesi VA/VCD MA bölümünde bitirme projem için bir fikir olarak ortaya çıktı. DEMOS'la, çok güzel bir ortaklıkla süreci yürüterek projeyi tamamladık. Bu yazıda; bu süreçte neler yaşadığımızdan, mevcut bir marka tasarımını *yeniden* tasarlamanın zorluklarından ve sosyal bilimler alanında çalışmalar yapan bir kuruma çalışma yapmanın nasıl bir süreç olduğundan bahsedeceğim.

Butler'ın (Butler, 2013) kitabından çaldığım şu basit soru, benim pek çok konudaki merakımın odağını oluşturuyor: "Nerede karşılaşırız?". Çok basit bir soru olsa da bu sorunun mekânsal yanıtlarını önceki çalışma alanım olan mimarlık, mekân ve kent bağlamında okumak çok daha kolayken görsel sanatlar alanında bu iş biraz daha çetrefilli. Bir kurumla nasıl karşılaşırız? Bir kurumun öncelikle görsel kimliğiyle karşılaşırız. Bu alan işteş bir alan değildir. Görsel kimlikle karşılaşmak tek taraflı, karşınızdaki görsel ögenin kendini anlatma gücü yalnızca görselliğinin gücü kadardır. Karşılaşma mekânımız, burada DEMOS'un görsel ögeleri ve karşıya aktarmamız gereken şey de DEMOS'un kim olduğudur, bu mekân artık bir görsel arayüze dönüşür. Bu açıdan DEMOS'un marka tasarımı projesi, kendi adıma birkaç ilgi alanımın kesişimi: sosyal bilimler alanında üreten, okuyan, toplumsal olaylar ve tarih üzerine üretim yapan bir ekibi tanımak ve anlamak; karşı tarafla karşılaştığında kendini olduğu gibi aktaracağı bir görsel dil bütünlüğü kurmak.

Ortak pozisyonlanmanın bu kadar zor olduğu bir dünyada yan yana durmaya çekinmeyeceğimiz

ekipler bulmak kolay değil. Dayanışmak, hukuksuzluk karşısında yapabileceğimiz tek şey. Görsel tasarım dünyası ise çok politik tasarımcılar ve sanatçılar barındırmasına rağmen yatay düzlemde görece biraz daha *apolitik* bir alan. Bu yüzden elimden bireysel olarak ne geleceğini düşünürken bitirme projemi (proje dersimin danışman hocası Gözde Oral birlikte) DEMOS'un kurumsal kimliğinin yenilenmesi olarak projelendirmeye karar verdiğimizde oldukça heyecanlandık. Politik alanlarda söz söyleyen ve sorumluluk alan, cinsiyet eşitsizliği, barış, adalet çalışan bir ekibe ucundan bir katkımız olabileceği düşüncesi esas itkimizdi. Hepimiz daha iyi bir dünyanın hayalini kurarken çeşitli dayanışma yolları icat ediyoruz. Kimimiz sokakta görünürlüğü ve yaşamıyla bile bir manifesto yaratabilirken biz de barış ve eşitlik çalışan bu ekibe bitirme projesi kapsamında kimliklerini yeniden tasarlayarak bir ucundan katkı sağlamak istedik.

Kurumların çalışanları, çok doğal bir biçimde mevcut kimlikleriyle duygusal bağlar kurarlar. Logonun ve görsel kimliğin değişmesine genellikle hazır olmamaları oldukça anlaşılır ancak görsel kimliği benimsemek ne kadar kuruma olan bağlılıkla doğrudan ilişkiliyse de daha iyisi için, günü ve günceli yakalayabilmek için bundan bir miktar vazgeçmek gerekir. Bu yüzden yeni bir görsel kimlik tasarlamak, çalışılan konuların ağırlığının yanında bu duygusal bağdan kaynaklı da biraz daha zordur. Marka yenilemenin diğer handikaplarından biri de eskiyi taşırken geleceğe de göz kırpacak bir tasarım yapmak, mevcut pozisyonu ile ileride yapılacaklar arasında bir köprü kurmak. Bu benim ilk marka yenileme projemdi ve bu aradaki dengeyi tutturmaya çalışırken eksik alanları tamamlamakta oldukça zorlandığımı ancak DEMOS'un bana olan güveniyle ve açtığı alanla çok keyifli ve öğretici bir süreç geçirdiğimi söyleyebilirim.

Peki nasıl başladık? Öncelikle DEMOS'un mevcut bir logosu, aşağı yukarı belirlenmiş bir görsel dili vardı. Biz DEMOS'u uzaktan tanıyorduk fakat DEMOS kendini nasıl ifade ediyordu? Bunları öğrenmeye, DEMOS'a temel sorular sorarak başladık: *"Kuruluş amacınız ve çalışma alanınız nelerdir? Mevcut logonuzun sizce güçlü ve zayıf yanları nelerdir? Nasıl bir iletişim stratejisi uyguluyorsunuz? Geleceğe yönelik hedefleriniz nelerdir? Size göre mevcut görsel kimliğinizin artıları ve eksileri nelerdir? Okuyucu kitleniz kimlerdir?"* gibi DEMOS'u anlamaya yönelik sorduğumuz soruların hepsine -sosyal bilimciliklerine oldukça yakışır şekilde- çok açıklayıcı ve gri alan bırakmayacak yanıtlar verdiler. Buradan itibaren öncelikle DEMOS'un mevcut kimliğinin avantajları ve dezavantajlarını çıkararak başladık.

Tasarıma geçerken öncelikle direkt görsel kalemlerden değil, DEMOS'un "sesini" belirlemekle başladık. DEMOS kimdi? Ne olmak istiyordu? Karşısındakiyle nasıl iletişime geçiyordu? Karşısındakine ne söylüyordu? Bunun için vizyon, misyon özetleri çıkarıp değerlerini anahtar kelimelerle DEMOS'un pozisyonu olarak özetledik. Barış, güçlendirme, eşitlik ve kesişimsellik olarak üst başlıklarda topladığımız değerlerini aktarmak için karşısındakiyle nasıl iletişim kuracaktı? Bunun üzerine düşünüp araştırmalar yaptık ve DEMOS'un "ses tonunu" belirledik. Marka stratejisine yönelik alınan bu kararlardan sonra görsel dili yenileme aşamasına geçebildik.



DEMOS'un görsel dili yenilenirken ekibin talep ettiği tek şey, renklerin korunmasıydı. DEMOS'un orijinal logosunda bulunan mor, gri, turuncu renkleri; oldukça sıcakkanlı ve kolay algılanabilir olmasına rağmen birlikte çalışması zor renklerdi. Mor cinsiyet çalışmalarını, turuncu toplumsal çalışmalar ve insan hakları çalışmalarını, gri de kurumsallıklarını temsil ediyordu. Öncelikle renk tonlarında ufak bir değişikliğe giderek başladık. Renklerin arasında kontrast yaratmak için moru biraz daha soğuk, turuncuyu biraz daha canlı, griyi de daha açık bir tona çekerek güncel renk paletini oluşturduk. Daha sonra logo üzerine taslaklar çıkardık. DEMOS kimdi, ne olmak istiyordu ve neyi temsil ediyordu? Bunlar, aralıksız olarak zihnimizde dönen sorulardı. Bu yüzden, biz de kendi anahtar kelime havuzumuzu kurduk. Eşitlik, diyalog, barış, muhalefet, araştırma, tarih, kimlik, kamusallık, kesişimsellik, ortak alan yaratma, söz, cinsiyet, kuir gibi kavramları bir araya getirerek üç logo alternatifi sunduk. Seçtikleri logoyu, nihayetlendirerek tasarımın temelini attık.



Ancient theater as a public space and representation of born of the democracy

+

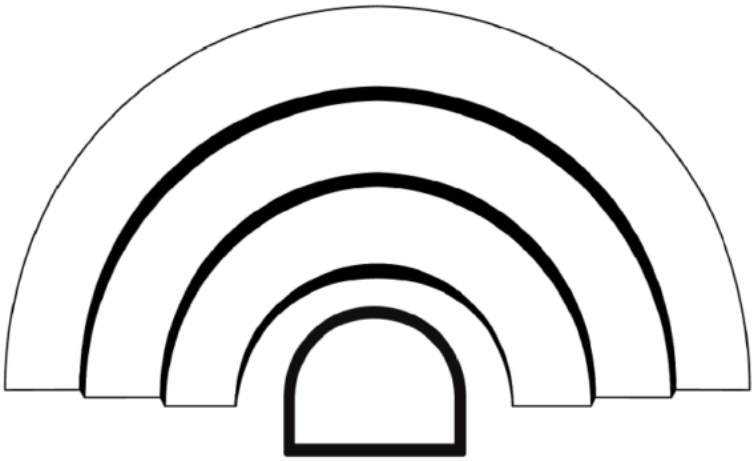


Rainbow as a symbol of diversity and gender studies

+

D

D as a symbol of **Demos** and the stage



Ana logomark, üç düşüncenin kesişiminden oluşuyor: kamusal alanın temsili ve DEMOS'un adında da geçen demokrasi söylemine gönderme niteliğinde bir amfi tiyatro, cinsiyet çalışmalarının temsili olan gökkuşağı ve DEMOS'un D'sinin temsil ettiği "söz alanı tanıyan" sahne. Renkler ve form birleşince rahatlıkla okunabilen bu üçlüye ek olarak geometrik açısı ve sans-serif font kullanımıyla DEMOS'un istediği yakın, samimi ve aynı zamanda profesyonel yaklaşım karşı tarafa aktarılmakta. Örneğin, DEMOS üretimi bir yayınla karşılaşan biri, bir karşılaşma ara yüzü ve mekânı olarak logoyu gördüğünde DEMOS'un genç ve dinamik bir ekibe sahip, heyecan dolu ancak aynı zamanda işini, araştırmasını ciddiyetle yapan bir kurum olduğunu anlayacaktır.

demos

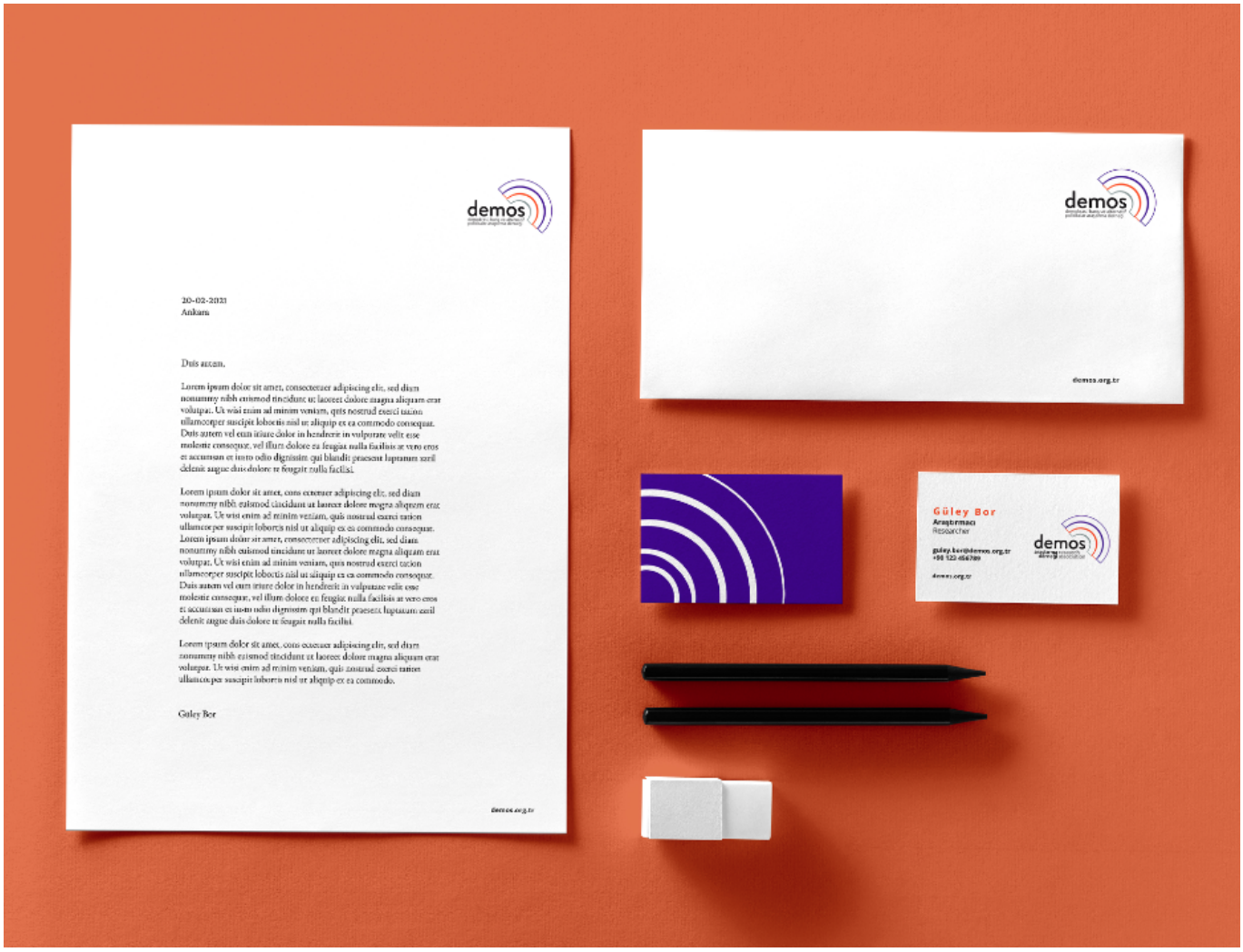
demokrasi, barış ve alternatif politikalar araştırma merkezi

demos

demokrasi, barış ve alternatif politikalar araştırma derneği

Logodan sonra diğer tasarım kalemlerine geçtik. Bir yandan DEMOS, bugün geçirdiğimiz COVID-19 kısıtlamalarından ötürü fiziksel etkinliklerini askıya alsa da asıl işi saha ile olan bir ekipten oluşuyor. Bu yüzden, temel marka tasarımı kalemleri olan zarf, antetli kâğıt ve kartvizit tasarım önerilerinin yanında, DEMOS'un görünürlüğünü artıracak ufak tefek basılı ürünler tasarladık. Pin, kalem, fincan, bez çanta gibi kolay hareket eden ürünler kurumların görünürlüğünün artırılması için önemlidir. Örneğin; pinler, stickerlar ve bez çantalar taşıma kolaylığı sayesinde kullanıcı hareket halindeyken

kurumun görünürlüğüne olanak tanır. Font ve renk paleti önerisinin yanı sıra infografik tasarımı, ikon seti, kitap kapağı tasarım önerisi, sosyal medya tasarımı, illüstrasyon ve fotoğraf seçimi için öneride bulunduk. Örneğin, illüstrasyon tasarım önerisinde bulunurken arkadaşçıl, samimi ve her seferinde kendine özgü bir görünüm sağlayacak el çizimi tarzı görseller kullanılmasını önerdik.



Bütün bu kalemlerin final ürünü olarak da websitesinin yenilenmesi ve mobil uygulama önerisinde bulunduk. Bütün görsel dilin tutarlı biçimde bir araya geleceği bir websitesi, DEMOS'un yazı temelli üretim biçimi açısından oldukça önemli bir yer tutuyor. *Componentlerini* tasarladığım websitesi de bir tasarım önerisi olarak yer aldı.

DEMOS'a kurumsal kimlik tasarlama süreci, -çok klişe olacak ama- benim için çok öğretici ve çok güzel bir tecrübeydi. Birbirinden çok farklı, dikkate almam gereken pek çok farklılıkla, zorlukla karşılaştım ve çok şey öğrendim. DEMOS ekibinin gerek zaman konusundaki esnekliği gerek bana güveni bu tecrübeyi keyifli geçirmemi sağlayan en önemli faktörlerdi. Kurumsal kimliklerin sonsuz olmadığını, güne ve ihtiyaca göre değişeceğini, güncele uyum sağlayıp dönüşeceğini önden kabul ederek ilerlemek gerekir. Görsel kimlik oluştururken marka stratejisi ve konumlanması ile başlandığı için sorular ve cevapların iki taraf için de oldukça öğreticidir. Bugün DEMOS için yarattığımız bu görsel dünya uygunken yarın ihtiyaçlar ve pozisyonlar değişebilir, böylece görsel kimliğin yenilenmesi ihtiyacı doğabilir. Bugünden sonra da ihtiyaç doğduğunda DEMOS'un gerek kendi pozisyonlanmasını netleştirmesi gerek görsel arayışında neye ihtiyacı olduğunu daha kolay keşfetmesi bağlamında daha kolay bir süreç yaşayacağını düşünüyorum. Kısa zamanda her iki tarafın da elinden gelen özveriyi gösterdiği bu sürecin herkese güzel günler getirmesi dileğiyle.

VA 503 bitirme projesinde beraber çalıştığım, Sabancı Üniversitesi VACD bölümü öğretim üyesi Gözde Oral'a da destekleri ve katkılarından dolayı çok teşekkürler.



This project is funded by the European Union.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir.

HAKLARA DESTEK

İnsan Hakları Örgütlerini Destekleme Programı

Bu blog yazısı Haklara Destek Programı kapsamında Avrupa Birliği desteği ile hazırlanmıştır. İçeriğin sorumluluğu tamamıyla Demokrasi, Barış ve Alternatif Politikalar Araştırma Derneği'ne aittir ve Avrupa Birliği'nin ve/veya Haklara Destek Programı'nın görüşlerini yansıtmamaktadır.

Blog sayfasında yer alan yazıların ve yayınların tüm hakları saklıdır. Blog yazıları yalnızca kaynağı gösterilerek kullanılabilir. Sayfada yayınlanan yazıların içeriği yazarın kendi sorumluluğu olup DEMOS'un herhangi bir hukuki ve/veya cezai sorumluluğu bulunmamaktadır.