



**KUŞAKLARARASI TASARIM FARKI: KİTAP KAPAĞI
TASARIMLARININ TÜKETİCİ EYLEMLERİNE ETKİSİ, CAN
YAYINLARI ÖRNEĞİ**

Harika Bahar Öztok

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
UYGULAMALI SANATLAR EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
GRAFİK EĞİTİMİ BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ, 2025

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren.....(....) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Harika Bahar
Soyadı : Öztok
Bölümü : Uygulamalı Sanatlar Eğitimi
İmza :
Teslim tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı : Kuşaklararası Tasarım Farkı: Kitap Kapağı Tasarımlarının Tüketici Eylemlerine Etkisi, Can Yayınları Örneği
İngilizce Adı : Intergenerational Design Difference: The Effect Of Book Cover Designs on Consumer Actions, Can Publications Example

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı : Harika Bahar Öztok

İmza :

JÜRİ ONAY SAYFASI

Harika Bahar Öztok tarafından hazırlanan “Kuşaklararası Tasarım Farkı: Kitap Kapağı Tasarımlarının Tüketici Eylemlerine Etkisi, Can Yayınları Örneği” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Gazi Üniversitesi Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Semih DELİL

Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Başkan: Doç. Merve Ersan

Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Bülent Bingöl

Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Başkent Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 10/06/2025

Bu tezin Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Osman Çimen

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

TEŞEKKÜR

Öncelikle, bu sürecin her aşamasında beni yönlendiren, bilgi ve deneyimlerinden yararlanmamı sağlayan, değerli görüşleriyle tezime katkı sunan danışman hocam Doç. Semih Delil'e en içten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca yüksek lisans eğitimim boyunca bana kıymetli katkılar sağlayan Doç. Merve Ersan hocama da teşekkürü bir borç bilirim.

Sabır ve özverileriyle süreci tamamlamamda en büyük destekçim olan sevgili ailemin her bir üyesi ve manevi destekleriyle yanımda olan tüm arkadaşlarım, iyi ki varsınız.

**KUŞAKLARARASI TASARIM FARKI: KİTAP KAPAĞI
TASARIMLARININ TÜKETİCİ EYLEMLERİNE ETKİSİ,
CAN YAYINLARI ÖRNEĞİ
(Yüksek Lisans Tezi)**

Harika Bahar Öztok

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
Temmuz, 2025**

ÖZ

İçinde bulunduğu zamanın kültürünü yorumlayarak ürettiği anlamları, kendi kuşağının mensuplarına başarılı bir şekilde iletme görevi üstlenen grafik sanatı, tarihinde farklı tasarım disiplinlerine hizmet etmiştir. Bu disiplinlerin kitap kapağı tasarımlarına etkilerini, kuşaklararası bağlamda hem dünya hem Türkiye’deki beş kuşak grafik tasarımcının eserlerine yer vererek ele alan tezin; grafik tasarım alanına, konuyu bu başlıklar altında inceleyen kaynakların azlığı sebebiyle, literatür bazında katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Kuşaklararası farklılık gösteren grafik tasarım anlayışının; kitap kapaklarına, dolayısıyla da tüketici sıfatını alan okurların satın alma eylemlerine yansımalarının Can Yayınları özelinde incelenmesi, bu tezin temel konusudur. Tez konusunun üzerinde ilerleyeceği yayınevi olarak Can Yayınları’nın seçilme sebebi, yayınevinin; iki kuşağı temsil etmesi, kuşaklararası geçişte klasik beyaz kapak tasarımına grafik ve iletişim tasarımına ağırlık veren yeni nesil kapak tasarımı alternatiflerini ekleyerek zamanın gerektirdiği değişimlere ayak uydurması ve bu değişimlerin pozitif sonuçlarına özellikle aldığı ulusal ve uluslararası ödüllerle kavuştuğu görülen, köklü ve tanınmış bir yayınevi olmasıdır. Kitap kapağı tasarımlarının okur eylemleri üzerindeki etkilerini, daha önce yapılmış bazı istatistiksel çalışma bulguları eşliğinde inceleyen çalışmada; yayınevinin klasik beyaz ve yeni nesil kapak tasarımları karşılaştırılarak gerek biçim içerik uyumu gerek resimsel grafik öğeleri ve gerekse grafik tasarım ilkeleri bağlamında analiz edilmiştir. Toplanan istatistiksel veriler ve yapılan kapak analizlerinden elde edilen bulgular aracılığıyla; kuşaklararası tasarım anlayışı ve tüketim alışkanlıkları farkı gözetilerek tasarlanacak kitap kapaklarının, yayınevlerine başarı, yeni okur ve satış rakamlarında ivme kazandırabileceğini göstermek tezin amacıdır.

Can Yayınları'ndan çıkan, çoğu ödöl almış kapaklara sahip 11 adet kitabın, yeni nesil kapak ve eski veya yeni basım klasik beyaz kapak versiyonları bir arada olmak üzere toplam 22 adet kapağının tasarımlarına dair yapılan analizler ve çalışmada yer alan veriler incelendiğinde; kitabın renk, tipografi, illüstrasyon, sanat eserleri, fotoğraf, klasik tarz, minimal tasarım, kolaj, grafik mizah ve soyutlamalar gibi farklı üsluplardan beslenen tüm biçimsel ve biçim içerik uyumu, denge, hiyerarşi, kompozisyon bütünlüğü gibi diğer tüm tasarımsal özelliklerinin yarattığı olumlu izlenimlerle okurun satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği ve kitap satışlarını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Can Yayınları özelinde tanık olduğumuz kuşaklararası çatışmanın, kuşaklararası tasarım farkını doğurarak aslında okurların lehine bir sonuç yarattığı görülmektedir. Elde edilen sonuçların; özellikle kitap pazarlamacıları, yayınevleri ve kapak tasarımcılarına, kuşakların kendilerine has özelliklerini ve kapak tasarımlarından beklentilerini doğru gözlemleyerek, kuşaklararası değişkenlik gösteren satın alma eğilimlerini belirleyen tüketim faktörlerini dikkate almaları gerektiğini ve ancak bu yolla tasarlanacak kapaklarla hedef kitleye doğru şekilde ulaşarak kitap satış grafiklerinde pozitif gelişmeler yaşanabileceğini göstermesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler : Kuşaklar, Grafik Tasarım Sanatçıları, Tüketici Eylemleri, Kitap Kapağı, Can Yayınları

Sayfa Adedi : xviii + 173

Danışman : Doç. Semih DELİL

**INTERGENERATIONAL DESIGN DIFFERENCE: THE EFFECT OF
BOOK COVER DESIGNS ON CONSUMER ACTIONS,
CAN PUBLICATIONS EXAMPLE.**

(Master Thesis)

Harika Bahar Öztok

**GAZI UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF EDUCATIONAL SCIENCES**

July, 2025

ABSTRACT

Graphic art, which undertakes the task of successfully conveying the meanings it produces by interpreting the culture of its time to the members of its own generation, has served different design disciplines throughout its history. The thesis, which examines the effects of these disciplines on book cover designs by including the works of five generations of graphic designers both in the world and in Turkey in an intergenerational context, is thought to make a contribution to the field of graphic design in terms of literature due to the scarcity of sources examining the subject under these titles. The main subject of this thesis is to examine the reflections of the understanding of graphic design that differs between generations on book covers, and therefore on the purchasing actions of readers who take the title of consumer, specifically with the case of Can Publications. The reason why Can Publications was chosen as the publishing house on which the thesis subject will proceed is that the publishing house represents two generations, keeps up with the changes required by the time by adding new generation cover design alternatives that emphasize graphic and communication design to the classic white cover design in the transition between generations, and is a well-established and well-known publishing house that has achieved the positive results of these changes, especially with the national and international awards it has received. In this study, which examines the effects of book cover designs on reader actions, accompanied by the findings of some previous statistical studies; the classic white and new generation cover designs of the publishing house are compared and analyzed in terms of form-content harmony, pictorial graphic elements and graphic design principles. The aim of the thesis is to show that book covers designed by considering the difference in

intergenerational design understanding and consumption habits can provide publishing houses with success, new readers and acceleration in sales figures through the collected statistical data and the findings obtained from the cover analyses. When the analyzes made on the designs of a total of 22 covers, including the new generation covers and old or new edition classic white cover versions of 11 books published by Can Publishing, most of which have award-winning covers, and the data in the study are examined; It has been concluded that the positive impressions created by all the formal and form-content harmony, balance, hierarchy, compositional integrity and other design features of the book, which are nourished by different styles such as color, typography, illustration, artwork, photography, classical style, minimal design, collage, graphic humor and abstractions, positively affect the reader's purchase intention and increase book sales. In addition, it is seen that the intergenerational conflict that we witnessed in the case of Can Publications actually creates a result in favor of the readers by creating a design difference between generations. The results obtained are aimed to show especially book marketers, publishing houses and cover designers that they should take into account the consumption factors that determine the purchasing tendencies that vary between generations by observing the unique characteristics of the generations and their expectations from cover designs correctly, and that positive developments can only be experienced in book sales graphics by reaching the target audience correctly with covers designed in this way.

Key Words : Generations, Graphic Design Artists, Consumer Actions, Book Cover,
Can Publications

Page Number : xviii + 173

Supervisor : Assoc. Prof. Semih DELİL

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU	i
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI.....	ii
JÜRİ ONAY SAYFASI	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZ.....	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ	xviii
BÖLÜM I.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Tezin Amacı.....	3
1.2. Tezin Önemi.....	3
1.3. Kapsam ve Sınırlılıklar.....	4
BÖLÜM II	5
YÖNTEM.....	5
2.1. Araştırmanın Modeli	5
2.2. Evren ve Örneklem	6
2.3. Verilerin Toplanması.....	6
2.4. Görsel Doküman İncelemesi	7
2.5. Veri Analizi	7
BÖLÜM III	9
KUŞAK KAVRAMI	9
3.1. Kuşakların Sınıflandırılması.....	13

3.1.1. Sessiz Kuşak.....	13
3.1.2. Bebek Patlaması Kuşağı	14
3.1.3. X Kuşağı.....	15
3.1.4. Y Kuşağı	16
3.1.5. Z Kuşağı	18
BÖLÜM IV.....	21
GRAFİK TASARIM SANATI.....	21
4.1. Dünyada Grafik Tasarımın Tarihi ve Kitap Kapakları	22
4.1.1. Dünyada Sessiz Kuşak Döneminde Eserler Veren Grafik Tasarım	
Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	31
4.1.1.1. <i>Ladislav Sutnar</i>	32
4.1.1.2. <i>Paul Klee</i>	33
4.1.1.3. <i>Jan Tschichold</i>	34
4.1.2. Dünyada Bebek Patlaması Döneminde Eserler Veren Grafik Tasarım	
Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	35
4.1.2.1. <i>Berthold Wolpe</i>	38
4.1.2.2. <i>Leo Lionni</i>	39
4.1.2.3. <i>Alvin Lustig & Elaine Lustig Cohen</i>	41
4.1.2.4. <i>Milton Glaser</i>	42
4.1.2.5. <i>Massimo Vignelli</i>	43
4.1.3. Dünyada X Kuşağı Döneminde Eserler Veren Grafik Tasarım	
Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	44
4.1.3.1. <i>Bradbury Thompson</i>	45
4.1.3.2. <i>Paul Rand</i>	47
4.1.3.3. <i>Herb Lubalin</i>	48
4.1.3.4. <i>Muriel Cooper</i>	49
4.1.3.5. <i>Alan Fletcher</i>	50
4.1.4. Dünyada Y Kuşağı Döneminde Eserler Veren Grafik Tasarım	
Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	51
4.1.4.1. <i>Fred Marcellino</i>	52
4.1.4.2. <i>Paula Scher</i>	53
4.1.4.3. <i>Chip Kidd</i>	54

4.1.5. Dünyada Z Kuşağı Döneminde Eserler Veren Grafik Tasarım	
Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	56
4.1.5.1. Jonathan Barnbrook	59
4.1.5.2. Peter Mendelsund.....	60
4.1.5.3. Shepard Fairey	61
4.2. Türkiye’de Grafik Tasarımın Tarihi ve Kitap Kapakları	62
4.2.1. Türkiye’de Sessiz Kuşak Döneminde Eserler Veren Grafik	
Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	63
4.2.1.1. Kenan Temizan.....	64
4.2.1.2. İhap Hulusi Görey.....	65
4.2.2. Türkiye’de Bebek Patlaması Döneminde Eserler Veren Grafik	
Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	66
4.2.2.1. Mesut Manioğlu	68
4.2.2.2. Sait Maden.....	69
4.2.2.3. Sabiha Rüştü Bozcalı	71
4.2.3. Türkiye’de X Kuşağı Döneminde Eserler Veren Grafik Tasarım	
Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	72
4.2.3.1. Mustafa Aslier	73
4.2.3.2. Mengü Ertel	74
4.2.3.3. Yurdaer Altıntaş	75
4.2.4. Türkiye’de Y Kuşağı Döneminde Eserler Veren Grafik Tasarım	
Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları	76
4.2.4.1. Bülent Erkmén	78
4.2.4.2. Erkal Yavi	80
4.2.4.3. Sadık Karamustafa	82
4.2.5. Türkiye’de Z Kuşağı Döneminde Eserler Veren Grafik Tasarım	
Sanatçıları Ve Kitap Kapağı Çalışmaları	84
4.2.5.1. Davut Yücel.....	87
4.2.5.2. Utku Lomlu.....	88
4.2.5.3. Savaş Çekiç.....	89
4.2.5.4. Geray Gençer.....	90
BÖLÜM V	93
TÜKETİCİ EYLEMLERİ VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	93

5.1. Pazarlama, Algı Yönetimi Ve İkna Süreçleri	95
5.2. Kuşaklar Bağlamında Genel Tüketici Eylemlerine Dair Araştırmalar	97
5.3. Türkiye’deki Okur Yazarlık, Kitap Satışı, Okuma Oranları ve Alışkanlıklarına Dair Araştırmalar	101
5.4. Türkiye’deki Okuma Alışkanlıklarında Dijital Yayınların Yeri.....	105
5.5. Kitap Kapakları ve Tasarımların Satın Alma Tercihleri Üzerindeki Etkileri.....	106
BÖLÜM VI.....	111
KUŞAKLARARASI İLİŞKİLER BAĞLAMINDA TÜRKİYE’DE YAYINCILIK TARİHİ VE CAN YAYINLARI.....	111
6.1. Yayınevi Okur İlişkileri	113
6.2. Can Yayınları.....	116
6.2.1. Kuşaklararası Geçişte Kapak Tasarım Farkı: Beyaz Kapağın Değişimi	120
6.2.2. Can Yayınları’nın Bugünü.....	123
BÖLÜM VII.....	127
CAN YAYINLARI KLASİK BEYAZ VE YENİ NESİL KAPAK ANALİZLERİ	127
7.1. Fernando Pessoa- Huzursuzluğun Kitabı.....	128
7.2. Franz Kafka- Dönüşüm	131
7.3. Gabriel Garcia Marquez- Kırmızı Pazartesi.....	133
7.4. Jane Austen- Gurur ve Önyargı	135
7.5. George Orwell- 1984	138
7.6. Umberto Eco- Yanlış Okumalar	140
7.7. Jean Paul Sartre- Duvar.....	142
7.8. George Orwell- Burma Günleri.....	145
7.9. Honoré de Balzac- Goriot Baba.....	147
7.10. Giuseppe Tomasi Di Lampedusa- Leopar.....	150
7.11. Victor Hugo- Sefiller	153
BÖLÜM VIII.....	155
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	155
KAYNAKLAR	161

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Pride and Prejudice, Jane Austen, 1894	24
Şekil 2. Wiener Werkstätte katalog, 1923	25
Şekil 3. The Illtempered Clavichord, S.J. Perelman, 1952	26
Şekil 4. Zang Tumb Tumb, 1914.....	26
Şekil 5. Zhonggua (Çin), Sergey Tretyakov, 1927	27
Şekil 6. The Gas Heart, Tristan Tzara, 1922	28
Şekil 7. Don Quixote, Miguel de Cervantes, 1946.....	29
Şekil 8. Grundbegriffe der neuen gestaltenden Kunst, Théo van Doesburg, 1925	30
Şekil 9. Utopia, Johannes Itten, 1921	31
Şekil 10. Moby Dick. Herman Melville, Random House, 1930	32
Şekil 11. Acoverelli, Antonio Conte, A. Mondadori, 1930	32
Şekil 12. Ulysses, James Joyce, Random House, 1934.....	32
Şekil 13. Svet Nic Nevi, Miloslav Nohejl, 1934	33
Şekil 14. Basniküv rok, 1937	33
Şekil 15. Peintres Allemands, Klee, Rene Crevel, Gallimard, 1930	34
Şekil 16. Antologia del Surrealismo, Carlo Bo, 1944	34
Şekil 17. I.-G. Deutschland, Ein Staat im Staate, Helmut Wickel, Verlag Der Bücherkreis, 1932.....	35
Şekil 18. The Life of the Robin, David Lack, A Pelican Book	35
Şekil 19. Maigret and the Burglar's Wife, Georges Simenon, Penguin, 1953.....	36
Şekil 20. The Day of the Triffids, John Wyndham, Penguin, 1954.....	36
Şekil 21. The Great Escape, Paul Brickhill, Penguin, 1957	36
Şekil 22. Innovation: The Basis of Cultural Change, HG Barnett, McGraw-Hill, 1953.....	37
Şekil 23. Common Sense and Nuclear Warfare, Bertrand Russell, Simon & Schuster, 1960.....	37
Şekil 24. Das Blumen ABC, Hermann Zapf & August Rosenberg, Stempel AG, 1962	37
Şekil 25. A Book of Pictorial Perspective, Gwen White, Murray, 1960	38

<i>Şekil 26.</i> A Book of Toys, Gwen White, Penguin, 1946	38
<i>Şekil 27.</i> A Book of Battles, Seymour Chwast, 1957.....	38
<i>Şekil 28.</i> The Great Escape, Paul Brickhill, Faber, 1954	39
<i>Şekil 29.</i> Justine, Lawrence Durrell, Faber, 1963	39
<i>Şekil 30.</i> Little Blue And Little Yellow, Leo Lionni, Astor Book, 1959	40
<i>Şekil 31.</i> Tico And The Golden Wings, Leo Lionni, Pantheon, 1964	40
<i>Şekil 32.</i> The Great Gatsby, F. Scott Fitzgerald, New Directions Books, 1947	41
<i>Şekil 33.</i> The Writings of Martin Buber, Will Herberg, Meridian Books, 1956	41
<i>Şekil 34.</i> A Midsummer Night's Dream, William Shakespeare, Signet, 1963	42
<i>Şekil 35.</i> Seven Men and Two Others, Max Beerbohm, A Vintage Book, 1962.....	42
<i>Şekil 36.</i> The European Mind 1680-1715, Paul Hazard, Pelican Book, 1964	44
<i>Şekil 37.</i> South West Africa, Ruth First, Penguin, 1963.	44
<i>Şekil 38.</i> Humanism, H.J. Blackham, Pelican, 1968,.....	45
<i>Şekil 39.</i> The Godfather, Mario Puzo, Putnam, 1969	45
<i>Şekil 40.</i> Coma, Robin Cook, Signet Books, 1977	45
<i>Şekil 41.</i> Painting Toward Architecture, Henry-Russell Hitchcock, Duell, Sloan & Pearce, 1948	46
<i>Şekil 42.</i> Washburn College Bible, Oxford University Press, 1979.....	46
<i>Şekil 43.</i> Thoughts on Design, Paul Rand, Postmedia Books, 1970.....	48
<i>Şekil 44.</i> Caligula and 3 Other Plays, Albert Camus, Knopf, 1968	48
<i>Şekil 45.</i> Are You Sure You Love Me?, Lois Wyse, The World Publishing Co., 1969.....	49
<i>Şekil 46.</i> How Did I Get To Be 40 & Other Atrocities, Judith Viorst, Simon & Schuster, 1976.....	49
<i>Şekil 47.</i> Learning From Las Vegas, MIT Press, 1972	50
<i>Şekil 48.</i> Bauhaus, MIT Press, 1969	50
<i>Şekil 49.</i> The Art of Looking Sideways, Alan Fletcher, Phaidon, 2001.....	51
<i>Şekil 50.</i> Mind The Stop, G.V.Carey, Penguin Books, 1977	51
<i>Şekil 51.</i> Giacometti, Herbert Matter & Mercedes Matter, Abrams Inc., 1986	52
<i>Şekil 52.</i> Speak, Memory, Vladimir Nabokov, Vintage,1989	52
<i>Şekil 53.</i> An Ocean in Iowa, Peter Hedges, 1998	52
<i>Şekil 54.</i> The Handmaid's Tale, Margaret Atwood, Houghton Mifflin, 1986	53
<i>Şekil 55.</i> The Unbearable Lightness of Being, Milan Kundera, Harper & Row1985.....	53
<i>Şekil 56.</i> Goodbye Columbus, Philip Roth, HMHBooks, 1989.....	54

Şekil 57. Uncommon Wisdom, Fritjof Capra, Simon & Schuster, 1988	54
Şekil 58. Darling, William Tester, Knopf, 1992	55
Şekil 59. Jurassic Park, Michael Crichton, Knopf, 1990	55
Şekil 60. Nucollage, David Carson, Hula, 2019	57
Şekil 61. Ex Libris, Michiko Kakutani, William Collins, 2020	57
Şekil 62. Nickel Boys, Colson Whitehead, Fleet, 2019	57
Şekil 63. The Wife, Meg Wolitzer, Scribner, 2003	57
Şekil 64. Multiples, Adam Thirlwell, Portobello Books, 2013	57
Şekil 65. Treasure Island, Robert Louis Stevenson, White's Books, 2010	57
Şekil 66. Landslide, Susan Conley, Knopf, 2021	58
Şekil 67. The Great Mistake, Jonathan Lee, Knopf, 2021	58
Şekil 68. Pure Colour, Sheila Heti, Straus & Giroux, 2022	58
Şekil 69. Eyeliner: A Cultural History, Zahra Hankir, Penguin, 2023	59
Şekil 70. Good Men, Arnon Grunberg, Open Letter, 2023	59
Şekil 71. Irregular Heartbeats At The Park West, Russell Brakefield, Wayne State University Press, 2023	59
Şekil 72. A Cat's Tale, Paul Koudounaris, Henry Holt and Co., 2020	60
Şekil 73. Murder Maps USA, Adam Selzer, Thames & Hudson, 2021	60
Şekil 74. Celine Journey to The End of the Night, Louis-Ferdinand Céline, New Directions, 2006	61
Şekil 75. Silence Once Begun, Jesse Ball, Text Publishing Company, 2015	61
Şekil 76. Animal Farm, George Orwell, Penguin, 2008	62
Şekil 77. Down and Out in Paris and London, George Orwell, Penguin, 2013	62
Şekil 78. Kitap kapağı tasarımı 19.yy. sonu	63
Şekil 79. Kapaklı Şiir ve Hikâye Kitabı, İstanbul, 1336-1920	63
Şekil 80. Okuma Kitabı, T.C. Kültür Bakanlığı, 1932	64
Şekil 81. Ayaşlı ve Kiracıları, M. Şevket Esendal, Vakit matbaası, 1934	64
Şekil 82. Kibar Hırsız, Turan Aziz Beler, Akay Kitabevi, 1945	64
Şekil 83. Kenan Temizan'ın kitap kapağı tasarımlarından örnekler	65
Şekil 84. Alfabe, Milli Eğitim basımevi, 1932	66
Şekil 85. Türk Bağcısının Kitapları, M. Ekrem, Ahmet İhsan matbaası, 1933	66
Şekil 86. Vezir Düşü, Tarık Dursun K., Yeditepe yayınları, 1957	68
Şekil 87. Kürkü Güve Yemişti, Erle Stanley Gardner, Akba yayınevi, 1963	68

Şekil 88. Babil Daha Uzakta, Özker Yaşın, Yeditepe yayınları, 1963.....	68
Şekil 89. Reklam Sanatı, Necmi Çelikel, Güzel Sanatlar matbaası, 1958	69
Şekil 90. Üvercinka, Cemal Süreya, Yeditepe yayınları, 1958	70
Şekil 91. Zübük, Aziz Nesin, Karikatür yayınevi, 1961	70
Şekil 92. La Fontaine'in Masalları, Doğan Kardeş yayınları, 1948.....	72
Şekil 93. Dağlar Kralı, Refi'Cevad Ulunay, Arba yayınları, 1955.....	72
Şekil 94. Ahmet Haşım, Şerif Hulûsi, Bilgi yayınevi, 1967	73
Şekil 95. Göçebe, Knut Hamsun, Nobel yayınları, 1967	73
Şekil 96. Gerçek Dışı, Mehmet Seyda, Sander yayınları, 1976	73
Şekil 97. Yanık Çocuklar Koçaklaması, Fazıl Hüsnü Dağlarca, 1975	74
Şekil 98. Pir Sultan Abdal, Erol Toy, İzlem yayınları, 1970	75
Şekil 99. Koca Denizde İki Nokta, Zeyyat Selimoğlu, Remzi kitabevi, 1973	75
Şekil 100. Kezban, A. Turan Oflazoğlu, Kent yayınları, 1967.....	76
Şekil 101. Fadik Kız, Orhan Asena, Kent yayınları, 1966	76
Şekil 102. Benim Adım Kırmızı, Orhan Pamuk, İletişim yayınları, 1998	78
Şekil 103. Puslu Kıtalar Atlası, İhsan Oktay Anar, İletişim yayınları, 1995	78
Şekil 104. Yakın, Oruç Aruoba, Metis yayınları, 1997	78
Şekil 105. Erzurum Yolculuğu, Alexsandr Puşkin, Yazko, 1982	80
Şekil 106. Duo, Ferit Edgü, Ofset yapımevi, 1996	80
Şekil 107. Sevgili Arsız Ölüm, Latife Tekin, Adam yayınları, 1983.....	82
Şekil 108. Mahallenin Kısmeti, Aziz Nesin, Adam yayınları, 1997	82
Şekil 109. Dario, Adnan Özer, Kavram yayınları, 1995.....	83
Şekil 110. Mırıldandıklarım, Murathan Mungan, Metis, 1993	83
Şekil 111. Yaşamak, Yu Hua, Jaguar kitap, 2016.....	85
Şekil 112. Örme Biçimleri, Nurdan Gürbilek, Metis, 2023, kapak tasarımı: Emine Bora...	85
Şekil 113. Alice Harikalar Diyarında, Lewis Carroll, iletişim, 2019	85
Şekil 114. Kadınlar, Eduardo Galeano, Sel yayıncılık, 2016	85
Şekil 115. Osamu Dazai, Pandora'nın Kutusu, İthaki yayınları, 2023.....	85
Şekil 116. Yakınlıklar, Lucy Caldwell, Siren yayınları, 2023	85
Şekil 117. Sen Surat Okumayı Bilir misin?, Selçuk Demirel, Yapı Kredi yayınları, 2017 ..	86
Şekil 118. Belirtke, Ali Tekin Çam, Alternatif yayıncılık, 2021	86
Şekil 119. İnce Divan, Ahmet Necdet, Adam yayınevi, 2004	86

Şekil 120. Stelyanos Hrisopulos Gemisi, Sait Faik Abasıyanık, İş Bankası yayınları, 2021	86
Şekil 121. Yarası Olan, Mustafa Torun, Mayıs yayınları, 2021	87
Şekil 122. Dar Kapı, André Gide, Timaş yayınları, 2015	87
Şekil 123. Dokundun Sen Bana, D.H. Lawrence, Yapı Kredi yayınları, 2023.....	88
Şekil 124. Ucuzaiyenler, Thomas Bernhard, Yapı Kredi yayınları, 2017	88
Şekil 125. Dönüşüm, Franz Kafka, Can yayınları, 2018.....	89
Şekil 126. Gurur ve Önyargı, Jane Austen, Can yayınları, 2021	89
Şekil 127. Durgun Don, Mihail Şolohov, Yordam kitap, 2019	90
Şekil 128. M. Angel Asturias, Guatemala Efsaneleri, Yordam kitap, 2016	90
Şekil 129. Rüyası Bölünenler, Yavuz Ekinci, Doğan kitap, 2016.....	91
Şekil 130. Suç ve Ceza, Dostoyevski, Doğan kitap, 2018	91
Şekil 131. İletişim sürecinin psikodinamik işleyiş modeli.....	96
Şekil 132. TÜİK Türkiye 2021 yılı eğitim durumu bilgileri	101
Şekil 133. YAYFED 2015-2023 bandrol verileri	102
Şekil 134. TÜİK 2022 yaşam kalitesi modülü	103
Şekil 135. Kitap seçimini etkileyen faktörlere ilişkin veriler.....	110
Şekil 136. Edebiyat sistemi	113
Şekil 137. Huzursuzluğun Kitabı, Fernando Pessoa	131
Şekil 138. Dönüşüm, Franz Kafka	133
Şekil 139. Kırmızı Pazartesi, Gabriel Garcia Marquez	135
Şekil 140. Gurur ve Önyargı, Jane Austen	137
Şekil 141. Bin Dokuz Yüz Seksen Dört/ 1984	139
Şekil 142. Yanlış Okumalar, Umberto Eco	142
Şekil 143. Duvar, Jean Paul Sartre	145
Şekil 144. Burma Günleri, George Orwell.....	147
Şekil 145. Goriot Baba, Honore de Balzac	150
Şekil 146. Leopar, Giuseppe Tomasi Di Lampedusa	152
Şekil 147. Sefiller, Victor Hugo	154

KISALTMALAR LİSTESİ

AIGA	American Institute of Graphic Arts
GMK	Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
ICoD	Uluslararası Tasarım Konseyi
ISBN	International Standard Book Number (Uluslararası Standart Kitap Numarası)
MEB	Millî Eğitim Bakanlığı
RTÜK	Türkiye Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TDC	Amerikan Tıp Yönetmenleri Kulübü
TDK	Türk Dil Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜYAP	Tüm Fuarcılık Yapım AŞ
YAYFED	Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu

BÖLÜM I

GİRİŞ

Kuşaklar, ortak bir zaman ve mekânın tarihi bilinci içinde yer alan, ortak bir anlatının hem konusu hem deneyimleyicisi ve hem de aktarıcısı olan gruplardır (Oktik ve Tuncer, 2021, s.4355). Mannheim'a göre ortak bir yazgıyı paylaşan grupların, aynı somut tarihsel sorunlara, döneme özgü toplumsal ve entelektüel akımlara ortak tepkiler vermeleri onları bütünleştirmekte; aynı kuşaktaki bireyler arasında gerçek bir bağ kurarak kuşakların oluşmasını sağlamaktadır (Canatan, 2022, s.45).

Kuşaklar, beş gruba ayrılmaktadır. Adını; savaş, yoksulluk, işsizlik ve baskıcı rejimlere karşı hayatta kalabilmenin bir yolu olarak sessiz kalmayı seçmesinden alan Sessiz Kuşak, iki büyük savaşın akabinde bir anda patlayan nüfus artışından alan Bebek Patlaması Kuşağı, hızlandırılmış kültürü temsil etmesinden alan X Kuşağı, nedenleri sorgulamasından alan Y Kuşağı ve ilk dijital kuşağı betimlemek için alfabenin son harfinden alan Z Kuşağı.

En önemli rekabet avantajının insan faktörü üzerinden elde edildiği 21. yüzyıl tüketim dünyasında; kuşakları iyi tanımak, davranış biçimlerinin kuşaklararası farklarını doğru analiz etmek ve anlamlandırmak büyük önem arz etmektedir. Çünkü günümüzün global dünyası, hiç aralık vermeksizin bireyleri odağına alan bir tüketim kültürü üretmektedir. Tüketiciler, bu kültür girdabında gündelik yaşamlarını ve sosyal hayatlarını sürdürebilmek; eğitim, kültür ve ekonomi gibi alanlardaki ihtiyaçlarını giderebilmek amacıyla satın alma eylemleri gerçekleştirmektedirler.

Satın alma eylemlerini kendi lehine çevirmek isteyen firmalar, herhangi bir ürünün satışında hedefledikleri tüketici kitlesi ile aralarında etkili bir pazarlama iletişimi sağlamak için, öncelikle tüketicilerin satın alma eylemlerini belirleyen eğilimleri ve etkilendikleri psikolojik, sosyokültürel, kişisel ve sosyal medya faktörlerini tespit etmekte ve elde ettikleri veriler ışığında ürün tasarımı geliştirmektedirler. Yayın dünyasına bakıldığında da tüketici

sifatını alan okurlar için kitap kapakları, satın alma eyleminde önemli rol oynayan birer pazarlama unsurudur.

“Ürün olarak ortaya çıkan her bir kitap, kültürel, ticari ve aynı zamanda sanat değeri de taşıyan bir nesnedir. Kitabın sanat değeri, yüklendiği görevle beraber, sunuluşunun güzelliğiyle, illüstrasyonu, cildiyle, kağıdının türüyle, yazı karakteriyle ve tüm grafik elemanlarıyla bu değeri taşır” (Kavuran, 2016, s. 10). Tarih boyunca döneminin izlerini taşıyarak başarılı tasarımıyla akıllardan hiç çıkmayan kitap kapakları olduğu gibi “basılan bu kadar kitabın içinde okunmadan tarihe karışan, karışacak çok kitap da var. Onun için bir kitabı yazmak için harcanan zamana ve emeğe hakkını vermek için, o kitabın tasarımına da biraz özen göstermek, güncel eğilimleri dikkate almak gerekiyor” (Ataoğlu’ndan aktaran Kazma, 2015, s. 52).

Güncel eğilimleri doğru tanımlayabilmek için, tarih boyunca verilmiş ürünlerin günümüze katkılarını anlamak ve kuşaklararası aktarımı doğru algılamak gerekmektedir. Bunun yolu kuşaklar boyunca grafik sanatının ve sanatçıların etkilendikleri disiplinleri, geçtikleri evreleri, hayata ve tasarıma bakış açılarını incelemek ve iyi analiz edebilmekten geçmektedir. Bu durum tüm alanlarda olduğu gibi yayıncılık alanı için de oldukça önemlidir. 1925 yılından başlayarak günümüze kadar gelen süreçteki beş kuşağın tasarımcılarına ait kitap kapağı çalışmalarına bakmak, içinde bulunulan zamanda yaşayan tüm kuşak mensuplarına özgü tasarım yapabilmeyi mümkün kılabilmektedir. Bir yayınevi ve bir tasarımcı, ne kadar geniş bir okur kitlesine ulaşabilirse hedefine o kadar çok yaklaşmış ve başarıyı da o oranda yakalamış olacaktır.

Türkiye’de 2000 yılından önceki yayın dünyasına bakıldığında daha çok “kabuk kapak anlayışıyla” hareket ettiği gözlemlenen yayınevlerinin; o dönem, kitapları özgün varlıkları ile öne çıkarmak yerine, kendi kurumsal kimliklerini öne çıkarmayı tercih ettikleri anlaşılmaktadır. “Bugün yayımlanan kitabın rafta veya sergide diğer kitapların arasından kendi özgün kimliğiyle sıyrılması gerekiyor ki kapak da bunun, bu kimliğin en önemli parçalarından biridir” (Sirer’den aktaran Sevinçli, 2021).

Can Yayınları da 2014 yılına kadarki yayın hayatında, oluşturduğu klasik beyaz kapak tasarımıyla, “kabuk kapak anlayışına” sahip yayınevlerinden biriydi. Öyle ki Can Yayınları’nın klasik beyaz kapağını ve onun üzerindeki kırmızı kalpli logosunu gören çoğu dikkatli ve iyi okur, kitabın bu yayınevinden çıktığını bilmekteydi. Her ne kadar bu durum özellikle eski kuşak bazı kitap koleksiyonerleri için vazgeçilemez ve kitaba ilgiyi arttırıcı bir

unsur olsa da aslında kitabın kimliğini geri planda bırakıp yayınevi kimliğini ön plana çıkaran ve yeni kuşaklar için cezbedici unsurlardan uzak bir yayın politikası anlamına gelmekteydi.

Bu politikasını değiştirerek 2014 yılı itibarıyla klasik beyaz kapak tasarımlarına alternatif tasarımlar üretme yoluna giden Can Yayınları, oluşturduğu yeni nesil kapak tasarımlarıyla yeniliğe ayak uyduran yayınevlerinden olmuştur. Eski kuşak baba Erdal Öz'ün ölümüyle yayınevinin başına geçen yeni kuşak oğul Can Öz, bu değişimin baş aktörüdür. Kuşaklararası fikir farklılıkları ve çatışmalarının olumlu bir yansıması olarak değerlendirebileceğimiz bu esaslı değişim, yayınevine birçok ödül ve yeni okur kazanımı yanı sıra satış rakamlarında ivme de kazandırmıştır. Yeni nesil tüketici alışkanlıkları ve eğilimlerini dikkate alamayan, kuşak geçişlerinde bocalayan, değişime ayak uyduramayarak kapanan köklü birçok diğer yayınevi arasından sıyrılmayı başaran yayınevi, Erdal Öz'le başlayan kuşaklararası serüvenini bugün hala Can Öz'le devam ettirmektedir.

Ataoglu'nun da dediği gibi: “İyi tasarım hiçbir zaman eskimez denir ama şimdiki zamanın gerçeklerini de görmezden gelemeyiz. Elli yıl öncesinin tasarım anlayışıyla bugüne seslenmek isterseniz kimse sizi duymaz, görmez” (aktaran Kzma, 2015, s. 52).

1.1. Tezin Amacı

Kuşaklararası tasarım anlayışı ve tüketim alışkanlıkları farkı gözetilerek tasarlanacak kitap kapağı tasarımlarının, okur eylemleri üzerinde olumlu etkiler yaratarak yayınevlerine başarı, yeni okur ve satış rakamlarında ivme kazandırabileceğini; Can Yayınları özelinde, yayınevinin klasik beyaz ve yeni nesil kapak tasarımlarının karşılaştırılmasından elde edilen bulgular ve daha önce yapılmış çalışmalardan toplanan istatistiksel veriler ışığında göstermek tezin amacıdır.

1.2. Tezin Önemi

Tez, Can Yayınları'nın kuşaklararası tasarım farkına verdiği önem neticesinde değiştirdiği yayın politikası ile hedeflediği başarıyı yakalamasını örnek olarak göstermekte; böylece hem diğer yayınevleri hem kapak tasarımcıları için kuşaklararası tüketim farklarının gözetilmesi ve satın alma eylemlerini etkileyen faktörlerin dikkate alınması yoluyla tasarlanan kapaklarla benzer başarılarla imza atılabileceğini vurgulamaktadır. Bu sebeple çalışma; rekabet ortamının hedeflere ulaşmayı gittikçe zorlaştırdığı dijital çağımızda, aynı politikayı

diğer köklü yayınevlerinin de uygulayarak satış grafiklerini yükseltebileceğinin, “çok satanlar” daha da önemlisi “sürekli satanlar” grubuna dahil olabileceğinin ispatı olacağı için önem taşımaktadır.

Satışların artmasının önemi, yalnızca yayınevlerine getireceği ekonomik rahatlamalar, gittikçe artan matbaa maliyetlerinin karşılanabilmesi veya kâr oranlarının artmasıyla ilintili değildir. Bir toplumun gelişmişlik göstergesi, o toplumun kaliteli okur yazar grubunun varlığı ile doğru orantılıdır. Bu bağlamda toplumun gelişimine katkı sağlayacak her türlü çalışma önem arz etmektedir.

1.3. Kapsam ve Sınırlılıklar

21.yüzyılda, Türkiye’de, geçmişî eskiye dayanan köklü yayınevlerinin yaşadıkları arz talep dengesizliği ve satış sorunlarının, kitap kapağı tasarımları ile ilişkisinin, kuşaklararası düşünce farklılığının çok net bir örneği olarak, Can Yayınları özelinde incelenmesi tezin kapsamını belirler. Can Yayınları ile geçmişî benzer olan ve bazıları klasik kapak tasarımlarını korurken bazılarının değişime kapı araladığı Yapı Kredi Yayınları, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Cem Yayınevi ve İthaki Yayınları gibi yayınevleri de aynı konu kapsamında incelenebilecekken iki kuşağı temsil etmesi bağlamında Erdal Öz, Can Öz özelinde Can Yayınları, tez konusunun üzerinde ilerleyeceği yayınevi olarak seçilmiştir. Aynı zamanda 20.yüzyılın önemli yayınevleri listesinde yer aldığı halde 21. yüzyıla ayak uyduramayan ve basımları duran, klasik kapak tasarımlarıyla bilinen Afa Yayınları gibi tanınmış yayınevleri de eski-yeni kapak tasarım karşılaştırmalarına imkân vermediği için çalışma kapsamı dışında kalmıştır.

BÖLÜM II

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, araştırmanın evren ve örnekleme, verilerin toplanması ve veri çözümlemeye yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Modeli

“Araştırma modelleri, bilimsel çalışmaların belirli bir sistematiğe sınıflandırılmasına ve incelenmesine olanak vermektedir. Böylece, bilimsel alanyazın karmaşıklığından kurtarılıp belirli bir düzene oturtulmaktadır” (Şimşek, 2018, s. 91). Bu çalışmada araştırma modeli olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Nitel araştırma; insan davranışını, içinde bulunduğu ortamı baz alarak ve çok yönlü olarak, sosyoloji, antropoloji, felsefe, dilbilim gibi farklı disiplinler aracılığıyla anlamaya çalışma amacını gütmektedir (Arslan, 2016, s. 79).

Öznel bir araştırma modeli olan nitel araştırmada; birden çok doğru olabilir, gerçeklik bireyin katılımıyla oluşturulur, tümevarımcı bir yaklaşım vardır, içerik çözümlemesi ve söylem çözümlemesi gibi yöntemler ağırlıklıdır, kişisel bir dil kullanılır ve anlamlar ön plandadır. Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan yöntemlerin başında; alan çalışmaları, tarihsel araştırmalar, dayanaklı kuram ve eylem araştırmaları gelmektedir. (Şimşek, 2018, s. 90- 96).

Örneğin tez çalışmasının Grafik Tasarım Sanatı ve onun kitap kapakları üzerine etkilerine dair alanyazın taramasının yapıldığı 4.bölümünde nitel araştırma yöntemlerinden biri olan tarihsel araştırma yöntemine başvurulmuş; bölüm, evren ve örneklem yöntemi ile desteklenmiştir. Çalışmada araştırma modeli olarak nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bir diğer bölüm; Can Yayınları’nın klasik beyaz ve yeni nesil kapak tasarımlarından

örneklerin gerek biçim içerik uyumu gerek resimsel grafik öğeleri ve gerekse grafik tasarım ilkeleri bağlamında karşılaştırılarak analiz edildiği 7.bölümdür.

2.2. Evren ve Örneklem

“Bir araştırmada kimlerden veri toplanabileceği ya da kimlerden veri toplandığı evren ve örneklem kavramlarıyla ilişkilidir. Evrenin tümüne ulaşmanın gereksiz, pahalı ya da olanaksız olduğu durumlarda evrene ilişkin genel eğilimler çoğu zaman örneklem aracılığıyla belirlenmektedir” (Şimşek, 2018, s.109).

Çalışmanın 4.bölümünde; araştırmanın evreni çerçevesinde önce dünyada grafik tasarım sanatı ve kitap kapağı çalışmalarına dikkat çekilmiş; daha sonra konunun Türkiye’deki karşılığına odaklanılmıştır. Araştırmanın temel değişkeni kuşak kavramı olduğu için dünyadaki ve Türkiye’deki kitap kapağı tasarım örnekleri kuşaklara ayrılarak ele alınmış, kapak çalışmasının ait olduğu yıla göre tasarımcıyı kuşağa yerleştirme tekniği kullanılarak araştırma deseni bu metotla oluşturulmuştur.

Ayrıca çalışmanın kuşaklar bağlamında tüketici eylemlerine dair araştırmalara yer verilen 5.bölümünde de yer yer dünya yer yer Türkiye ve bazen de Sivas gibi Türkiye’den spesifik bir şehirde yapılan çalışma verileri, evren ve örneklem bağlamında ele alınmıştır.

2.3. Verilerin Toplanması

“Nitel araştırma, insanların deneyimlerini olduğu gibi tanımlamayı ve açıklamayı amaçlamaktadır. Araştırmacılar da bu sürecin sonunda yorumlarına kanıt olması için veri toplamaktadırlar” (Balaban Salı, 2018, s. 142). “Veri toplama tekniği ve aracı, araştırma süresince görüşme, mülakat, yazılı, görsel ve işitsel gibi malzemeler aracılığıyla bilginin toplanmasını sağlar” (Arslan, 2016, s. 80).

Bu tez çalışmasının 5.bölümünde, veri toplama yönteminden faydalanılarak; kuşaklar bağlamında genel tüketici eylemleri, Türkiye’deki okuma alışkanlıklarında dijital yayınların yeri, kitap kapakları ve tasarımların satın alma tercihleri üzerindeki etkileri ve Türkiye’deki okur yazarlık, kitap satışı, okuma oranları ve alışkanlıklarına dair araştırmalara yer verilmiştir. Bilgiler toplanırken resmi kurum ve kuruluşların yayınladığı istatistik verilerden, anketlerle desteklenmiş makale, bildiri ve kitaplar ile internet sitelerinde yer alan haber kaynaklarından faydalanılmıştır.

Veri toplama tekniğinde kullanılan veri kaynakları; katılımcılarla yapılan görüşmeler, gözlemler ve belgelerdir. “Belge incelemesi, araştırılması istenen konu hakkında bilgi içeren yazılı, görsel ya da işitsel materyallerin çözümlenmesidir. Araştırmalarda hangi belgelerin veri kaynağı olarak kullanılabileceği araştırmanın sorunu ve amaçlarıyla ilişkilidir” (Balaban Salı, 2018, s.151).

Bu bağlamda tez çalışmasının Can Yayınları’na yer verilen 6. Bölümünde; ağırlıklı olarak yayınevi sahibi Can Öz’ün ve yayınevinin yeni kuşak kapak tasarımlarını tasarlayan Utku Lomlu’nun, Can Yayınları kitap kapağı tasarımlarındaki değişime ve bu değişimlerin getirdiği negatif/ pozitif etkilere dair görüşlerini bildirdiği röportajlar veri olarak değerlendirilmiştir.

3., 4., 5., ve 6.bölümlerinde yerli ve yabancı kaynakların taranması yoluyla kuramsal çerçevesi oluşturulan tezin, uygulama kısmı olan 7.bölümünde ise kitap kapak tasarımlarının görsellerinden faydalanılarak “Görsel Doküman İncelemesi” yapılmıştır.

2.4. Görsel Doküman İncelemesi

Araştırmanın incelenen görsel dokümanları; birçoğu ulusal ve uluslararası ödüller almış kapaklara sahip, Can Yayınları’ndan çıkan 11 adet kitabın, yeni nesil kapak ve eski veya yeni basım klasik beyaz kapak versiyonları bir arada olmak üzere toplam 22 adet kapağından oluşmaktadır. Kitap kapaklarının seçilmesinde; renk, tipografi, illüstrasyon, sanat eserleri, portre, fotoğraf, klasik tarz, minimal tasarım, kolaj ve soyutlamalar gibi farklı üsluplardan beslenen tüm biçimsel özelliklere ve biçim içerik uyumu, boşluk, denge, hiyerarşi, kompozisyon bütünlüğü, hedef kitleye uygunluk gibi diğer tüm tasarımsal özelliklere ayrı ayrı değinme imkânı veren farklı tasarım örnekleri seçilmeye çalışılmıştır. Ancak yayınevi bünyesindeki birçok kitap kapağının bu özelliklere sahip olması sebebiyle örneklem yöntemi kullanılarak, seçilen kitap sayısı 11 adet olarak sınırlandırılmıştır.

2.5. Veri Analizi

“Veri analizi, genel olarak, elde edilen verilerden anlam çıkartma sürecidir. Her nitel araştırmanın kendine özgü bir yapısı vardır, bu nedenle her nitel araştırma farklı biçimlerde analizleri gerektirir. Bu bakımdan veri analiz biçimi sabit olmayarak, çeşitli ve esnek bir yapıya sahiptir” (Arslan, 2016, s. 79).

Araştırmacının öznel bakışı ve yorumlama yetisini ön planda tutarak, gözlem ve ifadelerden çıkardığı anlamlar, bu aşamada bulguları zenginleştirmektedir. “Standartlaşmış veri analiz yöntemlerine nazaran daha fazla yaratıcılık ve esneklik gerektiren nitel çözümleme yöntemlerinde özellikle betimleme, analiz ve yorumlama yetileri büyük önem taşımaktadır. Betimleme “ne” sorusuna yanıt verirken, analiz “neden” ve “nasıl” sorularına açıklık getirmektedir”. (Akbulut, 2018, s. 185).

Çalışmanın son bölümünde, Can Yayınları’na ait klasik beyaz ve yeni nesil kitap kapaklarından örnekler seçilerek, bu tasarımların karşılaştırma çalışmaları, görsel çözümlemeleri yapılmıştır. Kapak analizlerinde; tasarımlarda yer alan renk, tipografi, illüstrasyon, sanat eserleri, portre, fotoğraf, klasik tarz, minimal tasarım, kolaj, biçim içerik uyumu, boşluk, denge, hiyerarşi, kompozisyon bütünlüğü, hedef kitleye uygunluk gibi birçok unsur dikkate alınmıştır. Tasarımlardan çıkarılan anlamlarla “ne”, “neden”, “nasıl” soruları cevaplanmaya çalışılmış; kapaklar üzerinde yer alan eserler betimleme yoluyla yorumlanırken, kapakların karşılaştırılmasında bazı kaynaklardan alınan atıflar yardımıyla pozitif veya negatif bulgulara ulaşılmıştır.

BÖLÜM III

KUŞAK KAVRAMI

Kuşak sözcüğü, Türk Dil Kurumu (TDK) Sözlüklerinde “yaklaşık aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu; batın” (2025) olarak tanımlanırken; sosyolojide “yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyon” olarak tanımlanmaktadır (Canatan, 2022, s.43).

Kuşak kavramı, birbirinden farklı zaman periyotlarında doğan bireylerin, büyüdüğü dönemlerin tarihi, kültürel, sosyal ve siyasi durumlarından değişik biçimlerde etkilenmeleri sonucu inanç, tutum, değer, yargı ve beklentilerinde, iş yaşamlarını dahi etkileyecek düzeyde, farklılaşmaları iddiasına dayandırılmaktadır. (Inglehart’dan aktaran Bayram ve Ceylan, 2022, s.1). Kuşak teorisine göre bu sebeple aynı kuşağa mensup bireyler, birbirine benzer kişilik özellikleri gösteren bireylerden oluşan bir topluluk meydana getirmektedirler (Erden Ayhün, 2013, s.96). Herkesin doğduğu zamanın kuşağına ait olduğu, yaşayacağı kültürü doğduğu zamanın belirlediği (Canatan, 2022, s.43) fikri yaygın olmakla birlikte; aynı dönemde yaşayıp aynı kuşakta yer alsa dahi, farklı sosyo ekonomik ve politik atmosfer içinde bulunan, demografik, coğrafi ve kültürel açılardan bambaşka şartlarda yaşayan bireyleri, yalnızca aynı zaman periyodunda yaşamış olmaları sebebiyle evrensel bir kuşak tanımına hapsedmenin kolay olmayacağı fikri de mevcuttur (Bayram ve Ceylan, 2022, s.2).

Oktik ve Tuncer’e göre “Kuşaklar, kavramı tanımlayan ve bir teorik çerçeve içerisinde konumlandıran her bir yorumcu için ortak bir anlatıya konu olan, ortak bir anlatının deneyimleyicisi ve aktarıcısı olan ve ortak bir tarihin bilinci ile ortak bir dönemi ve mekânı paylaşan gruplardır” (2021, s.4355).

Sosyolojide kuşaklar kavramını ilk olarak ele alan kişiler, filozof Auguste Comte (1798-1857) ve Kuşaklar Problemi (Problem of Generations/1952) adlı denemesi ile sosyolog Karl Mannheim’dır (1893-1947). Comte, sosyal gelişmelerin, kuşaktan kuşağa aktarılan

birikimler aracılığıyla mümkün olabileceğine değinirken; kişinin kendinden önceki kuşakların idaresine teslim olması ve onların kararlarını sorgusuz sualsiz kabullenerek daha az şüphe duymaya yönelmesinin her türlü gelişme ve değişimi yavaşlatabileceğine de dikkat çekmektedir (Canatan, 2022, s.44). Ona göre, kendilerinden sonraki nesillere tarih ve tarihin içerisinde yaşanmış her türlü olayı bilgi birikimleri ile aktaran kuşaklar, bu yönleri ile toplumların devamlılığını ve yenilenmesini sağlamaktadırlar (Oktik ve Tuncer, 2021, s.4354).

Mannheim da kuşakların varlığını, toplumun şu özellikleri ile açıklamaktadır: Kültürel süreçte yeni katılımcıların oluşumu, eski katılımcıların sürekli yok olması, bir kuşağın üyelerinin tarihsel süreçte geçici olarak sınırlı bölümünde yer alması, kültürel mirasın kuşaktan kuşağa aktarılması gerekliliği, kuşaktan kuşağa devamlı geçiş olması (Canatan, 2022, s.46). Kuşaklar belirlenirken, kişilerin doğdukları yılların baz alınıp alınmaması gerektiği tartışmasını başlatan Mannheim, aynı kuşağa mensup bireylerin doğum yıllarının benzerliğinin onları tarihsel konum itibarıyla aynı noktada konumlandığını ancak kazanılan tecrübe ve paylaşılan tanıklıkların dar ve dağınık zaman aralıklarına sıkıştığını dile getirmektedir (Gençer ve Altun, 2022, s.337). Çocukların ebeveynlerinden ziyade içinde bulundukları çağa benzeyeceği tespitini yapan Mannheim (Bayram ve Ceylan, 2022, s.3), kuşakların kültürel farklılığını vurgulayan yaklaşımında, kuşak kavramını iki unsur çerçevesinde ele almaktadır: Kuşağı biçimlendiren tarihsel süreçteki ortak konum ve tarihsel süreçte yaşanan olay ve deneyimler etrafında şekillenen ortak bilinç (Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s.13).

Karl Mannheim’ in “Kuşaklar Problemi” makalesine göre; ortak zaman, ortak mekân ve ortak kültür paylaşımlarının yanı sıra ortak bir yazgıyı paylaşmak, aynı somut tarihsel sorunlara, döneme özgü toplumsal ve entelektüel akımlara ortak tepkiler vermek, kuşağı bütünleştirir. “Toplumsal ve entelektüel içerikler, aynı kuşaktaki bireyler arasında gerçek bir bağ oluşturduğunda bir kuşak oluşur ve böylece kuşak bütünü ortaya çıkar” (Canatan, 2022, s.45). Bireyler içerisinde yaşadıkları dönem ile bağ kurabildikleri ve bir anlam dünyasında buluşabildikleri sürece kuşak birliğini de sağlamış olabilirler (Oktik ve Tuncer, 2021, s.4354).

Nesiller konusunda araştırmaları olan Adam, Mannheim’ in aksine kuşakların, ait oldukları zamanların birbirlerinden ayrılamayacak bir yapıda olması sebebiyle pek de farkı olmadığını; birbirini izleyen ve kendi içlerinde aktarımlar yapan sosyal süreçlerden ibaret

olduğunu savunmaktadır (Adam'dan aktaran Binay, 2020, s.5). Evrim Kuran, kuşaklararası geçişlerin, sosyal hayatlarımızdaki gelişimlere yahut gündelik yaşamlarımızdaki savaş gibi ani değişimlere verdiğimiz tepkilerle belirlendiğini; tarihin kuşakları, kuşakların da tarihi şekillendirdiğini belirtmektedir (2022, s.25).

Ortak atalardan gelen soy ağacındaki büyükanne, büyükbaba, anne, baba ve çocuk gibi nesilleri belirleyici konumlar için de kullanılabilen kuşak kavramı, belli yaşam evrelerine yönelik tartışmalarda yaşlı kuşak- genç kuşak şeklinde kullanılabılırken; kamusal alanda yer alan tartışmalarda ise Güney Avrupa'da işsiz gençlerin kayıp kuşak olarak adlandırılması örneğinde olduğu gibi belli bir dönem veya bir andaki gruba ithafen de kullanılabilmektedir (Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s.12).

Yaşam evrelerine dair çalışmalarda: 0- 21 yaş arası, büyüme, öğrenme, değerlerin edimi süreci olarak kabul edilen bağımlılık dönemi de denen gençlik dönemi; 22-43 yaş arası, çalışma, aktif yaşama dahil olma, değerlerin sınanma süreci olarak kabul gören eylem dönemi de denen genç erişkinlik dönemi; 44-65 yaş arası, yönetim, öğretme, değerlerin kullanıldığı süreç olarak tanımlanan liderlik dönemi de denen orta yaş dönemi ve 66 yaş sonrası ise mentorluk yapılan, donanımların ardıl kuşaklara geçirildiği, deneyim ve değerler aktarımına şahitlik eden hizmetkarlık dönemi de denen yaşlılık dönemi olarak kabul görmektedir (Kuran, 2022, s.25).

Türkiye'de önceki yıllara nazaran günümüzün gençlik ve yaşlılık yaş dilimlerinin uzadığını gösteren veriler mevcuttur. Örneğin 1960 yılında ortalama yaşam süresi 51 iken 2021 yılında 71'e çıkmış (Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s.7); 2018 yılında 32 olan ortalama yaşıımız, 2021 yılında 33,1 olmuştur (Kuran, 2022, s.16). Bunun başlıca sebebinin, zamanla toplumsal ilişkilerde ve yaşam biçimlerinde bazı kavramların anlam, kapsam, amaç ve sınırlarının değişime uğraması, sosyo kültürel, ekonomik, sağlık vb. faktörlerin bu tanım ve bakış açılarını değiştirmesi olduğu düşünülmektedir (Yücel ve Lüküslü, 2013, s.11).

Kuşaklar, kültürel özgünlükler temelinde de değerlendirilmektedir (Özdemir, 2019, s.127). Doğan her birey bir kültürün üyesi olarak doğmakta, içine doğduğu kültürün etkisiyle gelişmektedir. İnsanlar arası etkileşimle meydana gelerek toplumsal bir ürüne dönüşen kültürün inşası (Birinci, 2022, s.81), bilgi, donanım ve tecrübenin kuşaktan kuşağa aktarılması yoluyla gerçekleşirken; bilinçli ve bilinçsiz bir süreçte yapılan tüm paylaşımlar yeni kuşağın kültürel unsurları haline gelmektedir (Steinberg ve Austern'den aktaran Birinci, 2022, s.82). Hızla değişen bu kültürel unsurlar, bazen ergenlerin benimsedikleri değerleri,

ebeveynlerine, onların değer, inanç ve davranışlarında değişikliklere neden olabilecek şekilde öğretmesi ve/veya paylaşması örneğinde olduğu gibi kültürel aktarım yönünde ters bir işleyişe de dönüşebilmektedir (Trommsdorff, Mayer ve Albert'ten aktaran Birinci, 2022, s.84).

Geleneği baz alan kalıplarla tarif edilen ve genellikle sayısal ifadelerde kendini gösteren (genç, evli, yaşlı vb.) kuşak kavramı, zamanla gelenek kültüründense popüler kültür ve tüketim kültürü ile şekillenmeye başlamış; kuşaklar arasında bir yandan ortak bir dil oluşturan bu yeni kültürler diğer yandan ayrışma ve çatışmaların da kaynağı haline gelmiştir. Kuşak kavramı ile beraber gelişen kuşaklararası çatışma ya da kuşaklararası iletişim gibi kavramlar çok çeşitli disiplinler tarafından üzerinde durulan yeni bir çalışma alanı ortaya çıkarmıştır. “Günümüzde kuşaklararası iletişim dinamikleri hükümet politikalarına, siyasi gündeme, medya temsiline, komşuluk ilişkilerine, insanların toplu taşıma kullanımlarına, toplumda gerçekleşen suçların niceliğine, niteliğine ve aktörlerine bağlı olarak oluşmakta ve yine bu düzlemlerdeki farklılaşmalara göre değişmektedir” (Yıldırım Becerikli, 2013, s.7). Kuşaklararası iletişim çalışmalarında, farklı yaş gruplarının iletişim pratiklerinin nasıl olduğu, ömürlerinin hangi dönemini hangi bağlamlara uyumlanarak geçirdikleri keşfedilmeye çalışılmaktadır (Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s.9).

Yaşlı ve genç kuşakların karşılıklı ilişkileri içerisinde birikim, tecrübe ve bilgi aktarımı noktasında beklentilerin karşılanamaması yahut yetersiz kalması gibi sebeplerle ortaya çıkan diyalogsuzluk durumu, kuşaklararası boşluk olarak değerlendirilirken; kuşak çatışması ise sosyolojik yönüyle bir anlamda yaşlı kuşağı temsil eden geleneksel değerlerle genç kuşağı temsil eden modern değerlerin çatışmasıdır. “Bir bakıma kuşaklararası çatışmalar önceki gelenek kültürü kalıpları ile son iki kuşağın teknolojik altyapılı popüler- tüketim kültürü kalıpları üzerinden yürütülmektedir” (Özdemir, 2019, s.127).

Meydana gelen çatışmanın, karşılıklı ihtiyaçları sağlamak niyetiyle örnek bir dayanışmaya dönüşmesi gerektiği noktasında ortaya çıkan kuşaklar arası dayanışma da aynı veya farklı kuşaklara mensup bireylerin birbirlerine koşulsuz güven duymalarının bir ifadesi olarak tanımlanmaktadır (Canatan, 2022, s.48-49). Bu güven duygusundan beslenen kuşaklararasılık, içinde sosyoloji, antropoloji, psikoloji, ekonomi bilimlerinden parçalar barındıran müthiş bir mozaik, geçmişini anlamaya geleceği ön görmeye yarayan harikulade bir araçtır (Kuran, 2022, s.19).

3.1. Kuşakların Sınıflandırılması

Genellikle Batı literatürünü kaynak olarak kabul eden ayrımların kullanıldığı kuşak tanımlarında, temkinli yaklaşımlar var olmakla birlikte, dünya genelinde kabul edilen temel kuşak sınırlamalarının olduğunu söylemek mümkündür (Bayram ve Ceylan, 2022, s.2). Bu bağlamda, kuşaklarla ilgili sınıflamada William Strauss ve Neil Howe’ un 1991 senesinde yaptıkları, yıllara dayalı sınıflandırma esas alınmaktadır. Strauss ve Howe, Amerika’da kuşak farklarını ortaya koymak maksadıyla geniş boylamsal bir çalışma yaparak kuşakları doğum kohortları üzerinden etiketlediler. Bu etiketler, kuşak çalışmalarında kabul görerek, sıklıkla kullanılan bir sınıflandırmayı inşa etti (Gençer ve Altun, 2022, s.351). Bu sınıflandırmaya göre kuşaklar, beş gruba ayrılmaktadır: Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı.

Tablo 1
Kuşaklar Tablosu

Sessiz Kuşak (The Silent Generation)	1925-1945 arası doğanlar
Bebek Patlaması Kuşağı (The Baby Boomer Generation)	1946- 1964 arası doğanlar
X Kuşağı (Gen X)	1965- 1979 arası doğanlar
Y Kuşağı (Gen Y, Gen Me, Milenyum, nGen)	1980-1999 arası doğanlar
Z Kuşağı (i Gen, Next Generation, Instant Online)	2000 ve sonrası doğanlar

Kaynak: Koçer ve Aysel, 2019, s.81.

Tanımlamaların çoğunda her bir kuşak, yaklaşık 20 yıllık bir zaman aralığında yer almaktadır. Kuşaklararası zaman aralığının 20 yıl olarak temellendirilmesinin ana sebebi, doğan bireyin doğumundan kendisinin çocuk sahibi olmasına kadar geçen sürenin ortalamasının veya bir diğer kuşağın oluşma süresinin uzunluğunun bu süreye tekabül etmesidir (Gençer ve Altun, 2022, s.351).

1914-1918 döneminde çocukluk veya gençlik yıllarını geçiren, kamuoyuna çalışma hayatında kaldıkları uzun sürelerle rekorlara imza atan sadık çalışanlar olarak geçen ve günümüzde yaşları yüzün üstünde olan Kayıp Kuşak (1883-1925) mensupları bu sınıflandırmanın dışındadır (Bayram ve Ceylan, 2022, s.4).

3.1.1. Sessiz Kuşak

Sessiz Kuşak, “Gelenekseller Kuşağı”, “Tecrübeli Kuşak”, “Savaş Kuşağı”, “Gelenekselciler”, “Kurucu Kuşak”, “Buhran Kuşağı” gibi farklı isimlerle de anılan, 1925-1945 yılları arasında doğmuş bireylerden oluşan kuşaktır. “Sessiz Kuşak kavramı ilk olarak 1951 yılındaki Time dergisinin bir makalesinde kullanılmıştır” (Gençer ve Altun, 2022,

s.352). Kuşak, 2.Dünya Savaşına ve 1929 Büyük Ekonomik Buhranına tanıklık etmeleri sebebiyle savaşın yıkıcı etkilerine (Binay, 2020, s.14), tüm dünyayı etkileyen işsizliğin yarattığı gelecek ve güvenlik kaygılarına, hayatta kalmanın ve hayat mücadelesinin her türlü zorluğuna (Erden Ayhün, 2013, s.98) en çok maruz kalmış kuşaktır. Adını, savaşlar, çatışmalar, buhranlar, yoksulluk, işsizlik ve baskıcı rejimlere karşı hayatta kalabilmenin bir yolu olarak sessiz kalmayı seçmesinden ve tasarruflu olmayı bir yaşam biçimi haline getirmesinden alan Sessiz Kuşak, bu negatif etkenleri pozitif değerlere dönüştürmüş; çok çalışkan, işine kıymet veren, koruyucu, tutumlu ve idareli bireyler yetiştirmiştir. Tasarruflu ve sade bir yaşamı tercih eden bu kuşak mensupları için çalışmak emeklilikle değil ancak ölümle tamamlanabilecek bir süreçtir (Bayram ve Ceylan, 2022, s. 5-7). Günümüz iş hayatında, oldukça tedbirli, risk almaktan ve şikâyet etmekten hoşlanmayan, otoriter, disiplini yüksek, işverene saygılı, kurallara riayet eden, geniş ailelere sahip, sosyal toplum içerisinde yoğun ilişkileri olan bu kuşak üyelerine çok az sayıda da olsa hala rastlanmaktadır (Binay, 2020, s.14).

3.1.2. Bebek Patlaması Kuşağı

Bebek Patlaması Kuşağı 1946- 1964 yılları arasındaki doğum oranındaki hızlı artış/ nüfus patlaması sırasında doğmuş olan nesildir (Binay, 2020, s.15). Çoğu, yaşamlarının ilk dönemlerinden itibaren yakınlarını kaybederek kimsesiz kalmış ve öksüz, yetim, yoksul olarak yetişmiş olan sessiz kuşak mensupları, yaşadıkları olumsuz durumları kendilerinden sonra gelecek nesillerin yaşamaması için çok çocuk yapmak, çok çalışmak gibi tutumlar benimsemiştir. Savaş, kıtlık, salgın hastalık ve yoksulluk nedeniyle anne babalarını, kardeşlerini ve akrabalarını kaybeden bu kuşak, sosyal, ekonomik ve askerî açıdan güçlü olmanın yolunun kalabalık bir aile olmaktan geçtiğini düşünerek iki büyük savaşın akabinde, dünya genelinde bir milyar bebek doğmasına ve bir anda patlayan nüfus artışına, dolayısıyla da “Bebek Patlaması- Baby Boomers” Kuşağının başlangıcına vesile olmuştur. Savaşlardan sonra bebek sayılarındaki artışla ilgili olarak, doğumların arkasında yatan sebeplere ilişkin net bir uzlaşma olmamakla birlikte, barış ve sevgiyi kutsayan hippie hareketlerinin başlamasının, cinsel devrim hareketlerinin, uyuşturucu madde kullanımlarındaki artışın (Bayram ve Ceylan, 2022, s.8-9), psikolojik, sosyal ve ekonomik faktörlerin de durumun oluşmasında etkili olduğu ifade edilmektedir (Aka, 2017, s.32).

“Bebek patlaması kavramının ilk kullanımı Life Magazine dergisinin 1 Aralık 1941 yılındaki bir makalesinde Amerika ve Almanya ile ilgili bir yazıda kullanılmıştır” (Gençer ve Altun,

2022, s.352). “Sandviç Kuşağı” ve “Ben Kuşağı” gibi isimlerle de anılan kuşak, 21.yüzyılda ülkelerin yönetiminde söz sahibi ve sosyo kültürel değişmeler açısından da belirleyicidir. Bu kuşak, üçüncü sanayi (elektronik kültür) devrimi öncesi nesildir (Özdemir, 2019, s.134). 1968 yılında Fransa’da başlayıp dünyaya yayılan özgürlük hareketlerinin öncüsü olan ve “68 kuşağı” adı verilen kuşağın da temsilcisi olan Bebek Patlaması Kuşağının Türkiye'deki temsilcileri, askeri darbelere, çok partili hayata radyonun altın yıllarına ve televizyonun evlere girmesine şahitlik eden kuşaktır (Aydın, 2020, s.11). İletişim amaçlı olarak çocukları ve torunları olan Y ve Z Kuşaklarından teknoloji alanında yardım alan kuşak, aslında yüz yüze iletişim ve geleneksel etkileşimde en yetkin kuşaktır ve internetle tanışıklığının çok geç olması sebebiyle “Dijital Göçmenler” olarak da adlandırılmaktadır (Bayram ve Ceylan, 2022, s. 12).

Bebek Patlaması Kuşağı, kişisel hedefler ve kendini tatmin odaklı, ekonomik güvenceye değer veren, takım çalışmasını önemseyen, başarılı bir kariyeri olan, kanaatkâr, işkolik, kuralcı, idealist, rekabetçi, sadık, materyalist, kişisel tatmin arayan, teknoloji ile uyumsuz ve hatta değişime karşı dirençli bir kuşaktır (Koçer ve Aysel, 2019, s.82). Fedakâr, iç yönelimli, kendi kendine yeten, idealist, iyimser, çevre duyarlılığı konusunda etkin, ırkçılığa karşı mücadeleci, sadakat duyguları yüksek, bir yerde uzun süre çalışabilen, zor işlerde çalışmaktan kaçınmayan bu nesil aynı zamanda kişisel gelişime de değer veren ilk nesildir. “Bebek patlaması kuşağı, X Kuşağı’nın mimarlarıdır” (Binay, 2020, s.16).

3.1.3. X Kuşağı

“Geçiş Kuşağı”, “Kayıp Kuşak”, “Gölge Kuşak” ve “Baby Bust”, “Ara Kuşak”, “Geçiş Dönemi Çocukları”, “Post Boomers” (Patlama Sonrası), “Thirteeners” (On Üçüncüler) gibi farklı isimlerle anılan X Kuşağı (Aka, 2017, s.36-37), ilk olarak 1991 senesinde Kanadalı yazar Douglas Coupland’ın “Generation X: Tales For An Accelerated Culture” (X Kuşağı: Hızlandırılmış Kültüre Masallar) adlı kitabında kuşak ismi olarak yer almış; kendinden sonra gelen kuşakların Y ve Z isimleriyle anılmasına da zemin hazırlamıştır (Bayram ve Ceylan, 2022, s.13).

1965-1979 yılları arasında dünyaya gelen X Kuşağı, çalkantılı zamanların şekillendirdiği; çocukluklarından itibaren sağ ve sol çatışmalarına, petrol krizine (Aydın, 2020, s.11), HIV/AIDS salgınına, gebelik önleyici ilaçların tanıtımına, bilgisayarların ve internetin yaygınlaşması ile birlikte Microsoft, Apple, IBM firmalarının kuruluşuna, soğuk savaşa,

Çernobil felaketine, Berlin Duvarı'nın yıkılışına ve 1990ların ekonomik patlamasına (Topgöl, 2015, s.19) şahitlik etmiş bir nesildir. Kuşak döngüsünde bireyciliği temsil eden bu grup, Türkiye nüfusunun yüzde 20'sini oluşturmaktadır (Kuran, 2022, s.75). Kuşağın en önemli teknolojik aygıtı olan televizyonun renklenerek daha çok hanede izlenilir hale gelmesi neticesinde boş vaktini televizyon izleyerek geçiren kuşak mensupları, bu sebeple popüler kültürden ziyadesiyle etkilenmiş; Bebek Patlaması Kuşağının güçlü karakterleri ile teknolojik imkânlara gayret göstermeksizin ulaşabilen Y kuşağı karakterleri arasında bir geçişin, bir dönüşümün simgesi olan karakterleri temsil etmişlerdir (Güzel, 2021, s.225).

X kuşağı, cinsiyet eşitliğine önem veren, bağımsızlığına düşkün, uyumlu, sadık, çalışkan, rekabetçi, eğlence-iş-aile dengesine dikkat eden, sosyal medya yerine yüz yüze iletişimi tercih eden, para odaklı ve hırslı, gerçekçi, özgüvenli ve girişimci ruha sahip (Binay, 2020, s.18-19), bilgisayar kullanımını ilk kez gerçekleştiren, video oyunu, cep telefonu, internet, elektronik posta ile iletişim kurma ve sosyal medya kullanımı gibi teknolojik iletişime hakim, teknolojiyi eğlenceden çok işleri için kullanan (Güzel, 2021, s.225-230), az hiyerarşik düzen içinde birden fazla işveren tercihlili, erkekler kadar kadınların da eğitim ve iş yaşamında aktif rol aldığı ve kariyeri önemseydiği, çalışma şekillerini ve otoriteleri sorgulayan (Aka, 2017, s.42) kişilik özellikleri göstermektedir.

Bebek Patlaması Kuşağına has isyan ve siyaset kavramları bu kuşakta yerini sanat, spor ve sosyal etkinliklere bırakmış; bireyler, müzik ve filmlerden etkilenerek politikacılardan çok sanatçı, müzisyen ve yönetmenleri takip etmişlerdir (Bayram ve Ceylan, 2022, s.17). X Kuşağı döneminde Türkiye'de yüksek öğrenim kurumlarının sayısı artmış; eğitime erişimin kolaylaşması beraberinde öğrenci ve özellikle üniversite mezun sayılarında artışı getirmiş ve dolayısıyla ülke genelinde eğitim seviyesinde yükselme görülmüştür (Erden Ayhün, 2013, s.100).

3.1.4. Y Kuşağı

1980- 1999 yılları arasında doğan Y Kuşağı, “Ben Nesli”, “Milenyum Kuşağı”, “Yeni Binyılın Öğrencileri”, “Anında Mesaj Kuşağı”, “Oyun Nesli”, “Dijital Kuşak”, “Dijital Yerliler”, “Google Kuşağı”, “İnternet Nesli”, “Gelecek Kuşak”, “www Kuşağı”, “E Kuşağı”, “Eko Nesil”, “Net Kuşağı” ve “Ağ Kuşağı” gibi birçok farklı isimle de anılmaktadır (Özdemir, 2019, s.135). Y Kuşağı ismi ilk kez Advertising Age tarafından 1991 yılında kullanılarak kuşak için en çok kullanılan isim haline gelmiştir (Howel'den aktaran Bayram

ve Ceylan, 2022, s.18). Amerika’da nesil çalışmaları yapan LifeCourse Associates (1999), aile planlaması, bebek ve çocuğun önemi, eğitim sistemi ve sosyal güvenlik yasalarını esas alan araştırmasında, bir toplumsal mühendislik çalışmasının varlığından; çalışmanın sonucunda da “Y Nesli” olarak adlandırılan neslin ortaya çıkmış olduğundan bahsetmektedir (LifeCourse Associates’ten aktaran Topgöl, 2015, s.20).

Yaşam döngüleri içinde hayatın her anını sorgulayan, sorumlulukları eleştiren, irdeleyici yapıları nedeniyle Why Generation (Neden Kuşağı) olarak tabir edilen Y Kuşağı, ismini, İngilizce ’deki “Why” kelimesinden almaktadır. Y harfi, “vay” olarak kendisi ile aynı şekilde okunan, İngilizce ’deki “why” kelimesi (neden?) ile sesteştir. Her konuda fikir sahibi olmayı, tüm detaylar ve süreçler hakkında bilgi edinmeyi önemseyen Y Kuşağı üyeleri, tek bir konuya hâkim olmayı yetersiz görerek nedenleri sorgulamaktadır (Aka, 2017, s.44).

Baba ve dedelerinin çalışmak amacıyla yurt dışına gittiği Y kuşağı, atalarından farklı olarak yurt dışına eğitim ve idealleri uğruna çıkan ilk kuşak olma özelliğini gösterirken; kültürel alanda popüler kültürün modern ve post modern tüm uzantılarına ev sahipliği yapmış, aynı zamanda sokaklardaki oyun alanını yavaş yavaş bilgisayar ve telefonlardaki elektronik oyunlar aracılığıyla evlerine taşıyarak (Bayram ve Ceylan, 2022, s.20) yeni bir dünya düzenine dair ilk adımları atmıştır.

Hayat şartlarındaki farklılıklar Y kuşağının diğer kuşaklardan farklı beklenti ve ümitler içine girmesine, farklı seçimlere yönelmesine, eğlenmeye, gezmeye, alışverişe çokça zaman ayırmasına, yeni şeyler denemeye, ne istediğini bilerek çalışmaya ve hayallerinin peşinden koşmaya, sevdiklerine zaman ayırmaya önem vermesine yol açmıştır (Erden Ayhün, 2013, s.101). Günümüzün iş ve akademik hayatında yetenek ve başarı odaklı çalışan bir kuşak olarak yer alan Y kuşağı, saygı duyan ve saygı bekleyen, kişisel gelişimlerine önem veren, sosyal medyanın gücünü sıkça kullanan, teknolojiyi ve gelişmeleri yakından takip eden, internet aracılığıyla bilgiye erişen, eğitilmiş, üst düzey birikim sahibi bireylerden oluşmakla beraber pozitif özelliklerinin yanı sıra çabuk sıkılan, sabırsız, sadakatsiz, tatminsiz, emirden hoşlanmayan, birden çok işi aynı anda yapmaya çalışan (Binay, 2020, s. 20-21), işyerindeki yardımseverlik değerleri geçmiş kuşaklardan daha düşük, işi para kazanmanın bir aracı olarak değerlendirip, mevki, maaş ve statüye daha fazla önem veren, az mesai harcayıp çok tatil yapmanın hesabını yapan ve kendilerine bu imkanı verebilecek işler arayan bireylerden oluşmaktadır (Twenge, Campbell, Hoffman ve Lance, 2010).

Finansal açıdan öncüllerine göre küresel anlamda daha iyi durumda olan Y Kuşağı (Altın, 2021, s.76), aslında geleneksel ve modern olanı birlikte yaşamayı başaran bir kuşak olarak diğer kuşaklardan ayrılmaktadır (Bayram ve Ceylan, 2022, s.24).

3.1.5. Z Kuşağı

William Strauss ve Neil Howe'ın sınıflandırmaları, 2000 ve sonrasını Z kuşağı olarak kabul etmekte ve orada sonlanmaktadır (Twenge vd., 2010). Doğum tarih aralığı konusunda diğer kuşaklara oranla hakkında çok farklı aralıklar ileri sürülen Z kuşağının doğum tarihlerini 1995-2011 olarak değerlendiren, 2012 yılı ve sonrasını Alfa kuşağı olarak adlandıran çalışmalar olduğu gibi 2010-2025 olarak kabul eden çalışmalar da mevcuttur (Bayram ve Ceylan, 2022, s.2). Alfabenin son harfi olan Z ilk dijital kuşağı betimlemek için kullanılırken, kuşaklararası zaman aralığının giderek daralmaya başlaması Z kuşağından sonraki kuşakların zaman çizgisinde birbirine gittikçe daha yakın hale geleceği ön görüşünü beraberinde getirmiştir (Gençer ve Altun, 2022, s.356).

Strauss ve Howe, Z kuşağını aşırı bireyselleşme sonucu yaşadıkları yalnızlık sebebiyle, ikinci dünya savaşı öncesi yaşayan Sessiz Kuşaktan sonraki Yeni Sessiz Kuşak yani “The New Silent Generation” olarak adlandırmaktadır. “Milenyum Ötesi Kuşak”, “İndigo”, “Kristal Çocuklar”, “Kuşak I” “Instant Online (Her daim çevrimiçi)”, “Next Generation (Gelecek Kuşak)”, Dijital Çocuklar”, “.com Çocukları”, “Dijital Yerliler”, Apple firmasının kuşak başlangıcında piyasaya sürdüğü teknolojik ürünlere atıf yapan “iGen” (Aka, 2017, s.53) ve “Zoomer” (Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s.19) gibi isimler de Z Kuşağı için kullanılan isimlerdendir.

Bağlam bazlı öğrenmesinde motivasyon kaynağı duygu olan Z kuşağı, kendi ürettiği içeriği tüketmek isteyen, deneyliliği destekleyen, filtreleyen ve odaklanan, değişimi kucaklayan, iş birliği becerileri olan bir kuşak (Kuran, 2022, s.130-131). Doğdukları an itibarıyla kendilerini internet ortamında bulan Z Kuşağı, doğal olarak teknolojiyi ileri derecede kullanmakta; bilgisayar, MP3 çalar, i-Pod, cep telefonu ve DVD oynatıcısı gibi kolay taşınabilir aygıtlarla bütünleşik bir şekilde büyümektedir (Williams'dan aktaran Erden Ayhün, 2013, s.102). Gerek küresel ve gerek yerel anlamda kuşak mensuplarının karakterlerini şekillendiren en önemli etken, teknolojik gelişmelere kayıtsız kalamamaları ve bunun sonucu olarak gelişen, zaman zaman bağımlılıkla karışan bağılıklarıdır (Bayram ve Ceylan, 2022, s.25). 1998'de Google'ın hayatımıza girmesiyle başlayan dijital süreç,

2004 sonrası facebook ile başlayıp twitter, instagram, snapchat gibi sosyal medya platformları ile devam eden 24 saat çevrimiçi olunan bir sürece evrilmiş ve bu yaşam şekli Z Kuşağının doğal hayat ritmi haline gelmiştir (Twenge, 2018). Bu kuşağı tanımlayıcı özellikler yalnızca teknolojiye olan düşkünlüklerine ait unsurlardan değil aynı zamanda ömürlerinin din de dahil birçok alanında etkisi olan bireycilik (Twenge, 2018, s.23) ve yüksek düzeylerde yaşadıkları gözlemlenen endişe, kaygı ve depresyon (Twenge, 2018, s.334) gibi unsurlardan da oluşmaktadır.

“11 Eylül gibi küresel terörizm olayları, okullarda yaşanan şiddet, ekonomik belirsizlikler, resesyon, ipotekli konut kredisi vb. durumlarla karşılaşan Z Kuşağı” mensuplarının, geleneksel inanışlara yakın, öz denetimli ve sorumluluk sahibi, aileye değer veren (Koçer ve Aysel, 2019, s. 83-84), farklı ve yeni şeyler arayan, meraklı, merakı yeni yollarla giderme alışkanlığına sahip (Bayram ve Ceylan, 2022, s.25), sanal arkadaşlıklar kurarak sosyal mecralarda tanımadıkları kişilerce kabul veya ret alan ve bunun sonucu kırılğan kişilik tipleri geliştirmeye yatkın, iletişim dillerini kısaltılmış sözcükler ve emojiyle kısıtlayan (Aydın, 2020, s. 14-15), hızlı uyum sağlayan ama kolay sıkılan, metin yerine görsel seven, sürekli terfi beklentisinde aceleci ve sabırsız, içe dönük, hep karşı taraftan anlayış ve empati bekleyen, hiyerarşi karşıtı, esnek mesai seven, sadakat yerine benmerkezci, marka takıntılı, trendleri önemseyen, rutin ve standardı sevmeyen (Özdemir, 2019, s.136), yaratıcı, özgürlüğüne düşkün, bağımsız ve bireysel kişiler oldukları görülmektedir.

Z Kuşağı mensupları, önceki kuşaklara nazaran daha yaşlı, daha korumacı ve çocukları için her şeyin en iyisini isteyen, fedakâr ebeveynlere sahiptirler (Aka, 2017, s.54) Bu faktörün ve gelişen yaşam koşullarının da etkisiyle bireyler, daha uzun süreli ve etkili eğitim almaktadırlar. Türkiye’deki Z kuşağı dönemi verileri incelendiğinde bu kuşak üyelerinin önceki kuşaklara kıyasla nüfus, sağlık, eğitim ve gelir göstergelerinde daha fazla gelişme olduğu gözlemlenmektedir (Erden Ayhün, 2013, s.103).

Bebek Patlaması Kuşağı döneminin üretici merkezliliği, X Kuşağı döneminin ürün merkezliliği ve Y Kuşağı döneminin tüketici merkezliliğinden sonra Z Kuşağının bağlam merkezliliği dönemi kendini göstermiştir (Kuran, 2022, s.129). “Kuşaklararası geçiş, deneyim ve yenilik harmanlanabilirse daha az sancılı olabilir” (Kuran, 2022, s.52).



BÖLÜM IV

GRAFİK TASARIM SANATI

Eski Yunancada çizmek/ yazmak anlamlarında kullanılmış olan “grafyn” kelimesinden günümüze “grafik” olarak gelen kelime, dünyanın hemen hemen her yerinde aynı şekilde ifade edilen bir resim sanatı çeşidi olmuştur (Bozkurt ve Çubukçu, 2018, s. 956). Grafik kelimesi, birbirine benzer aşamalarda gerçekleşen grafik tasarım, grafik sanatlar gibi bazı kavramları da beraberinde getirmektedir (Balaban, 2019, s. 23). “Grafik tasarım” terimi ilk olarak 1922 yılında tipograf William Addison Dwiggins’in yazdığı “New Kind Of Printing Calls For New Design” adlı makalede kullanıldıktan sonra ilk kez 1927 yılında bir kitap kapağında kullanılmıştır: “Raffe’nin Grafik Tasarımı” (Çetin, t.y).

Ortaya çıktığı ilk andan beri kent kültürüne dair bilgileri toplayan, topladığı bilgiyi mesaj yoluyla yayan ve özündeki anlamları aktarmaya çalışan bir disiplin olarak grafik tasarım (Durmaz, 2011, s. 11), “kültürü yorumlamakta, anlam üretmekte ve okuyucuya/izleyiciye iletmektedir” (Karamustafa’dan aktaran Durmaz, 2012, s. 14). Becer’e göre görsel iletişim sanatları arasında kabul edilen grafik sanatının ilk görevi, bir hizmet veya ürünü tanıtmak, bir mesajı başarılı bir şekilde iletmektir (2005, s. 33).

Resim ve heykel gibi güzel sanat dallarından farklı olarak sadece estetik nitelikleriyle değil, esas olarak güncel hayatta somut bir kullanıma izin veren işlevsel nitelikleriyle öne çıkması gereken grafik tasarım ürünleri (Sözen ve Tanyeli, 2007, s. 93), etiket, amblem, logo, afiş, kitap resimleri, dergi ve kitap kapakları, gazete ilanları şeklinde, tek başına veya çoğaltılarak reklam sektöründe yerini almaktadır (Bozkurt ve Çubukçu, 2018, s. 956).

Grafik tasarım alanında ürün verenler, 1900’lerin başında henüz grafik tasarım mesleğine dair tanımlar netleşmediği ve sınırlar tam olarak çizilemediği için hem sanatçılardan hem zanaatkârlardan olmuş, birçok karikatürist ve ressamın eserleri grafik tasarım alanında kullanılmış, özellikle ülkemizde grafik tasarım mesleğinin hak ettiği yeri bulmasına kadar geçen süreçte bu kişilerin desteği önemli yer tutmuştur. 20. Yüzyılda ressam, basın ressamı,

dekoratör ressam, afiş ressamı ve kapak ressamı olarak adlandırılan kişiler, aslında günümüzde illüstratör veya resimlemeci olarak adlandırılan sanatçılara karşılık gelmektedir ki kuşaklararası şartlar değerlendirildiğinde bu kişiler, mesleğin o zamanki temsilcisi olan grafik tasarımcılar olarak nitelendirilebilmektedirler (Durmaz, 2011, s. 14-15).

Geçmişten günümüze grafik tasarımın ve alanda çalışan tasarımcıların eserlerinin geçtiği evreleri iyi analiz edebilmek için; grafik tasarım tarihine bakmak, tarih boyunca verilmiş ürünlerin günümüze katkılarını anlamak ve kuşaklararası aktarımı doğru algılamak gerekmektedir. Bu noktada Brighton Üniversitesi Tasarım Kültürü öğretim üyesi Guy Julier ve Tasarım Tarihi profesörü Viviana Narotzky, tasarım tarihçileri ile günümüz tasarımcılarının hareketleri arasında gittikçe büyüyen bir fark olduğuna dikkat çekerek “Biz tarihin kendi değerini sorgulamıyoruz... Ama tasarım tarihinin köklerine dönmesini ve uygulamayla bağdaşmasını istiyoruz” derken; Steven Heller, Graphic Design History (Grafik Tasarım Tarihi) adlı kitabında “Yeni medyanın grafik tasarım işleri hakkındaki geleneksel görüşünün değiştiği dijital çağdaki bu biçimlendirici dönemde, tasarımcıların tarih bilgisi zeminine sahip olmaları her zamankinden daha önemli” diyerek konunun önemini vurgulamaktadır (Aktaran Poynor, 2014).

4.1. Dünyada Grafik Tasarımın Tarihi ve Kitap Kapakları

Dünyada grafik tasarımın gelişmesinde baskı teknikleri ve kağıtla ilgili gelişmeler önemli bir rol oynamıştır. Çin’de 2000 yıl öncesinde bulunduğu düşünülen kâğıda elle yazıp çizme dönemleri 1450’de Alman Johannes Gutenberg’in matbaayı bulması ile (Balaban, 2019, s. 40-41) bitmiş; “Gutenberg’in matbaası, insanların metin, sanat ve minimalist tasarımdan büyük ölçekli tasarımlara kadar yepyeni bir tasarım evreni oluşturmasını sağlamıştır” (Çetin, t.y).

Avrupa’da ağaç kalıplar kullanılarak yapılan baskı (MEB, 2012, s. 12), yerini Gutenberg’in metal harfleri ayrı ayrı dizerek geliştirdiği tipo baskı, 15.yy’da ortaya çıkan ve Albrecht Dürer ile üst seviyelere taşınan gravür baskı (MEB, 2012, s. 15-16) ve 1796 yılında Senefelder tarafından bulunan Litografi (Balaban, 2019, s. 43) tekniklerine bırakırken; 1798 yılında Nicolas-Louise Robert’in kağıt rulo üreten makinesi sayesinde (Erdoğan Aydın, 2015, s. 27) kâğıdın makineler aracılığıyla hızla ve çokça üretilir olması kitap basımlarını kolaylaştırmış ve okuma yazma oranlarında artışa zemin hazırlamıştır. Eğitim ve gelir seviyesi yükselen yeni toplumun talep ettiği ürünlerin tanıtım ve satış pratiklerinde,

geleneksel yöntemler yerine farklı pazarlama ve reklam teknikleri arayışına girilmiş; grafik tasarım alanındaki çalışmalar, 18.yüzyılda İngiltere’de gerçekleşen Endüstri-Sanayi Devrimi zamanında yoğunlaşmıştır (MEB, 2012, s. 22).

Grafik tasarım alanında baskı teknikleri yanı sıra yaşanan bir diğer önemli gelişme, fotoğrafın 19. yüzyılda icat edilmesidir (Balaban, 2019, s. 43). 18 Ağustos 1839 tarihinde kabul edilen bu icat, ilk önceleri portreleri belgeleyerek ölümsüzleştirme gayesi içindeyken zamanla, belgeleme işlevi baki kalmak şartıyla, gelişen baskı tekniklerini kullanarak kendine sanat kaygılarını gidereceği farklı konular bulmuştur. “Fotoğraf, resme karşı nesneyi daha gerçekçi biçimde ifade ettiği için hızla grafik tasarım ve reklamcılık içindeki vazgeçilmez yerini almıştır” (MEB, 2012, s. 22).

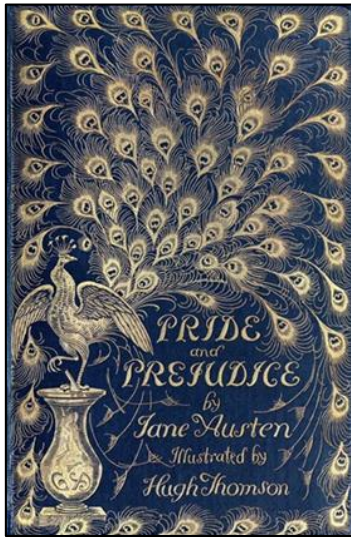
Grafik tasarım alanındaki büyük gelişmeler, endüstrileşme neticesinde modern yaşama geçiş sürecinde fotoğrafın icadı ile başlayan İzlenimcilik ve Post-İzlenimciliğin ardından gerçekleşmiş, resim sanatında yaşanan dönüşümlerle katalog ve afiş tarzı ürünler ön plana çıkmış, gazetelerdeki tanıtım ve reklam imkanları önem kazanmıştır (Bozkurt ve Çubukçu, 2018, s. 957).

Dünya genelinde dönem dönem sanatın birçok alanında etkisini gösteren akımlar ortaya çıkmış ve grafik tasarım alanı da bu akımlardan fazlasıyla etkilenmiştir. Grafik tasarımın gelişimine katkıda bulunan bu akımların bir kısmı Arts and Crafts, Art Nouveau, Kübizm, Fütürizm, Konstrüktivizm, Dadaizm, Sürrealizm, De Stijl, Bauhaus, Art Deco’ dur (Balaban, 2019, s. 44). Alman sanat tarihçisi Wilhelm Worringer, 1908 tarihli “Soyutlama ve Özdeşleyim” kitabında, herhangi bir sanat hareketinin tarihte ortaya çıkış zamanının onu üreten toplumun o noktadaki ruh sağlığıyla ilgili olduğundan bahsetmektedir (aktaran Corbett, 2023, s. 173).

İngiltere’de, 1837-1901 yıllarını kapsayan Victoria döneminde ortaya çıkan, sanatlar ve zanaatlar anlamındaki Arts and Crafts hareketi, endüstri devrimine bir karşı hareket niteliğinde olup; karmaşık ve süslü obje kullanımının mimarlık, mobilya tasarımı, dekorasyon ve moda alanlarında olduğu kadar tipografi ve dolayısıyla grafik sanat alanında da etkilerinin güçlü bir şekilde görüldüğü büyük bir sanat akımı olmuştur (Gedik, 2022, s. 91). 1891-1898 yılları arasında akımın öncülerinden sayılan William Morris, Emery Walker ile beraber kurduğu Kelmscott Press’te bizzat kendisinin tasarlayıp süslemiş olduğu, elle basılmış, grafik tasarım alanında bir piyasa oluştuğunun işareti olacak çok sayıda başarılı çalışmalar yapmıştır (Bozkurt ve Çubukçu, 2018, s. 958). Edward Johnston, Charles Rennie

Mackintosh, Walter Vinç, Arthur H. Mackmurdo, Aubrey Bearsley ve Eric Gill de bu akımla modern grafik tasarımının temellerinin atılmasında kilit rol oynayan diğer isimlerdendir.

Arts and Crafts hareketi beraberinde Art Nouveau dekoratif stilini doğurmuş; organik bitki desenleri, “köklerinden kurtulmuş ve stilize olmuş dalgalı ya da belirli bir alana yayılan zarafetle desene dönüşen çiçekler, dallar, kuşlar, kadın figürleri akışkan çizgilerin içinde hareket eden motifler” (Gedik, 2022, s. 95) şeklinde kullanılmıştır. Şekil 1’de Hugh Thomson tarafından bu akımın etkisi ile tasarlanmış 1894 tarihli bir kitap kapağı görülmektedir.



Şekil 1. Pride and Prejudice, Jane Austen, 1894, kapak tasarımı: Hugh Thomson (Gedik, 2022, s. 95)

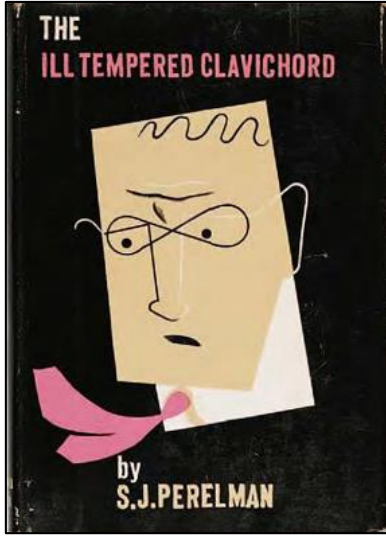
Gustav Klimt, Henri de Toulouse-Lautrec, Aubrey Bearsley, Van de Valde, Jules Cheret, ve Pierre Bonnard (MEB, 2012), Emile Gallé, Will Bradley, Otto Eckmann, Hector Guimard, Koloman Moser, Théophile Steinlen, Alphonse Mucha da dönemin iz bırakan tasarımcıları arasındadır.

İngiltere bu akımlara ev sahipliği yaparken Almanya’da 1903’te mimar, ressam ve erken dönem grafik tasarımcılarının da içinde bulunduğu ilk görsel sanatçı organizasyonu, ilk minimalist tasarım ajansı olan The Wiener Werkstätte kurulmuş; Kübizm ve diğer stilistik yenilikleri cesurca tasarlayan bu grup, 1919 yılında Almanya’nın Weimar kentinde kurulan ve modernist tarzı popülerleştirmede etkili bir güce sahip olan Bauhaus ve Art Deco tarzlarının ilerleyişine ön ayak olmuştur (Çetin, t.y).



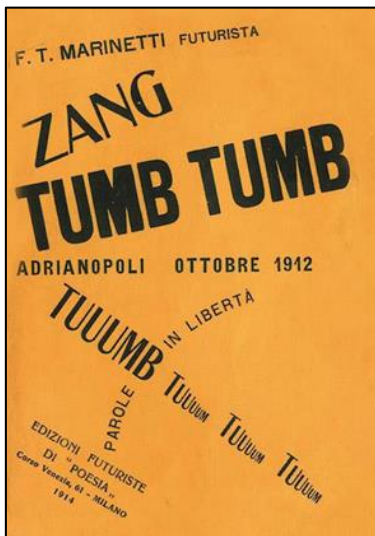
Şekil 2. Wiener Werkstätte katalog, 1923 (<https://www.design-is-fine.org/post/85161802119/wiener-werkst%C3%A4tte-catalog-1923-via-wolfsonian>)

Grafik Tasarımı etkileyen akımlardan biri olan Kübizm, doğadan bağlarını koparmış yeni bir geleneğin doğduğu bir sanat kavramı yaratmış ve modern sanata kolaj tekniğini kazandırmış; başta Pablo Picasso olmak üzere yetiştirdiği Kübist sanatçılara çalışmalarında konudan bağımsız olarak serbest bir düzenleme yapabilme imkânı tanımıştır (Balaban, 2019, s. 45-46). İmgelerin görüntülerini üç boyuttan iki boyuta indirgeyerek geometrik vurgularla yeniden yorumlayan, çizgi ve biçim odaklı Kübizm hareketinde tasarım yüzeyi, biçimlerin hacimsel, perspektif ve derinlik gibi kavramlarının farklılaşarak iç içe geçtiği bir atmosfere dönüşmektedir (Gedik, 2022, s. 95). Daha sonraki yıllarda da grafik sanatçıların kübizmden etkilendiklerini gösteren çalışmalara imza attıkları görülmekte, “Kübizm’in, formları indirgemeci özelliğinin bunda etkili olduğu” düşünülmektedir (Balaban, 2019, s. 46). Şekil 3’te kapak tasarımını gördüğümüz Kauffer, 1952 yılına ait çalışmasıyla bu duruma örnek gösterilebilir.



Şekil 3. The Illtempered Clavichord, S.J. Perelman, 1952, kapak tasarımı: E.Mgknight Kauffer (Gedik, 2022, s. 98)

Kübizm akımı devam ederken, 1909 yılında İtalya’da, feminizm ve ahlakçılığın dışlandığı, makine, hız ve modern yaşamın yüceltildiği Fütürizm (Gelecekçilik), İtalyan şair Filippo Marinetti tarafından “bilim ve endüstri toplumunun yeni gerçekleri karşısında tüm sanatların düşünce ve biçimlerini yeniden gözden geçirmek üzere” kurulmuştur (Balaban, 2019, s. 46). Yazın alanında başlayan ancak görsel alanlara da yayılan akımda, “hızlı duyumsal diziler için italik karakterli tipografi kullanılırken şiddetli yansımalar için bold yazı kullanılıyordu” (Gedik, 2022, s. 100-101). Enrico Prampolini ve Fortunato Depero da akıma grafik tasarım alanında hizmet veren sanatçılardandır. Şekil 4’te Marinetti’ye ait kapak tasarımı görülmektedir.



Şekil 4. Zang Tumb Tumb, 1914, kapak tasarımı: Filippo Marinetti (Gedik, 2022, s. 101)

“Dönem içerisinde parçalayıcı, oluşturucu ve analitik bakış açılarıyla bir sonraki akımın kendisinden yararlandığı Kübizm; Konstrüktivist düşünceye de ön ayak olmuştur” (Ayteş, 2014, s. 36). 1914 yılında Rusya’da ortaya çıkan Konstrüktivizm hareketine mensup Rus şair ve sanatçılar, direkt anlamlandırmalar yerine ses, ritim, soyutlama ve geometriyi temel alan, ucuz ve kaba dokulu kağıtlar üzerine uyguladıkları eserleri aracılığıyla aslında halkın sefilliğine ve buna sebep olarak gördükleri Çarlık Rusya’sının değerler sistemine olan eleştirilerini dile getirmekteydiler (Gedik, 2022, s. 115). Sanat için sanat anlayışına karşı sanatın işlevselliğini savunan ve kendini halkın hizmetine adan hareketin öncüleri arasında Aleksandr Rodchenko, Vladimir Tatlin ve El Lisstizky gibi sanatçılar yer almaktadır (Balaban, 2019, s. 46). Şekil 5’te Aleksandr Rodchenko tasarımı Konstrüktivist bir kitap kapağı görülmektedir.



Şekil 5. Zhongguo (Çin), Sergey Tretyakov, 1927, kapak tasarımı: Aleksandr Rodchenko (<https://www.artsy.net/artwork/alexander-rodchenko-cover-design-for-the-book-s-tretyakov-zhongguo-1>)

Kübizm ve Fütürizm etkileriyle 1919’da İsviçre’nin Zürih kentinde Dadaizm akımı da başlamış; akım, savaşı barbarlık olarak tanımlarken, sanat ve gündelik yaşamdaki katılıkları reddetmiş, protestoları arasına din ve her türlü geleneği dahil etmiş ve bu tavrını yeni deneysel biçimlerle ifade etmeye çalışmıştır. 1917’de Hugo Ball’un Berlin’e taşıdığı ve dünya genelinde Sessiz Kuşak dönemine kadar süren Dadaizm akımı, grafik tasarım alanında stil değişikliği yaratmış, büyük ve küçük harfleri bir arada, farklı yazı tipleri ve renkleri ile, tipografi ve fotomontaj tekniğini kullanarak işlemiş, bu yeni model teknikler 1924’te Paris’te başlayan gerçeküstücülük hareketinde de yaygın bir şekilde kullanılmaya devam etmiştir (MEB, 2012, s. 40). Dadaizm’in öncüleri, Tristian Tzaro, Hugo Ball, Hans

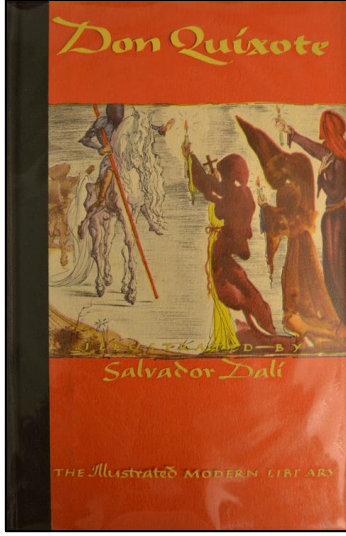
Arp, Richard Hülsenberk, Man Ray, Max Ernst gibi sanatçılardır. Şekil 6’da Macar Dadaist Lajos Kassák’ın Tristan Tzara’ya ait kitabın Macarca baskısı için yaptığı tasarım görülmektedir.



Şekil 6. The Gas Heart, Tristan Tzara, 1922, kapak tasarımı: Lajos Kassák (<https://courtauld.ac.uk/research/research-resources/publications/courtauld-books-online/a-reader-in-east-central-european-modernism-1918-1956/1-in-the-currents-of-the-international-avant-garde-movements-krisztina-passuth/>)

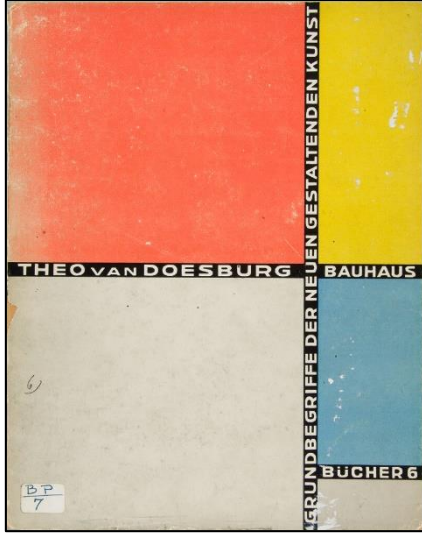
Dadaizm kendinden sonra görevini Sürrealizme devretmiş; 1925’te Andre Breton’nun Sürrealist manifestosuyla Sessiz Kuşak döneminde de yoluna devam eden Sürrealizm, “Dadaizm’in ortaya attığı yıkıcı düşüncenin kıvılcımlarını daha da ateşlemiştir” (Ayteş, 2014, s. 30). Bildik kalıpların ötesinde yeni bir sanatsal üslup oluşturmayı hedefleyen sanatçıların içinde yer aldığı akım, modern sanatın yarattığı kavramlardan biri olan ve Fransızcada öncü birlik anlamına gelen Avan-garde akımlardan biridir (Cebriloğlu, 2016, s. 385). Freud’un psikanalizinden beslenen, gerçeküstücü nesne, obje, heykel ve resimlerle çalışırken somut olana soyut olanı aktaran akımda Sürrealist eserleri ile bilinen sanatçılar arasında Dadaist sanatçıları da görmek mümkündür. Tzara, Hans Arp, Picabia, Andre Masson, Alberto Giacometti, Meret Oppenheim, Salvador Dali, Oscar Dominguez, Hans Bellmer, Dorothea Tanning, Paul Delvaux, Rene Magritte, Leonora Carrington, Frida Kahlo (Ayteş, 2014, s. 29-30), Max Ernst, Louis Aragon, Paul Eluard, Pierre Reverdy, Man Ray, Philippe Soupault, Louis Aragon, Rene Char dönemin sanatçılarıdır.

Şekil 7’de sürrealist tasarımcı Salvador Dali’nin 1946 İngilizce baskısı için otuz sekiz çizim yaptığı Don Kişot (Don Quixote) kitap kapağı görülmektedir.



Şekil 7. Don Quixote, Miguel de Cervantes, 1946, kapak tasarımı: Salvador Dali (<https://thedali.org/exhibit/discovering-dali-in-book-illustrations-part-1-2/>)

Dadaizm ile aynı zamanlarda Theo Van Doesberg öncülüğünde Hollanda’da başlayan ve “tarz” anlamına gelen De Stijl (Neoplastisizm) akımı ise, 1917- 1931 yılları arasında, soyutlama ve sadeleştirmeye verdiği önem, dik açılar oluşturan ve kesişen çizgisel hareketler, geometrik formlarda ana renkler olan siyah, beyaz, kırmızı, mavi ve sarı kullanımı ile (Gedik, 2022, s. 112) tasarım dünyasında yerini almış; öznelciliğe karşı çıkan akım sanatçıları, çalışmalarında, evrensel uyumu tanımlamak üzere duygusal abartmalara, dolayısıyla yuvarlak, diyagonal hareketlere yer vermeyen unsurları kullanmayı tercih etmişlerdir (Balaban, 2019, s. 46). Vilmos Huszar, Bart van der Leek ve Piet Mondrian akımın temsilcileri arasında sayılmaktadır. Şekil 8’de Laszlo Moholy-Nagy’nin 1925 yılı De Stijl tarzı kapak tasarımı görülmektedir.



Şekil 8. Grundbegriffe der neuen gestaltenden Kunst (Neo-Plastik Sanatın İlkeleri), Théo van Doesburg, 1925, kapak tasarımı: Laszlo Moholy-Nagy (<https://harvardartmuseums.org/collections/object/215227>)

Laszlo Moholy-Nagy Bauhaus okulunda da dersler vermiş, verdiği derslerde “tipografi ile fotoğrafı ayrı ayrı ve bir arada kendine özgü anlatım dili ile kullanarak” öğrencilerin görsel iletişim alanına ilgi duymasını sağlamıştır (MEB, 2012, s. 37).

Walter Gropius tarafından 1919 yılında Almanya da kurulan Bauhaus okulunun, 20.yüzyıl sanat anlayışının değişmesinde rolü oldukça büyüktür. Teknik olarak endüstri ile sanat arasındaki bağı oldukça kuvvetli bir şekilde kurmayı başaran, “teknolojik ürünlerin estetize edilmesi anlayışındaki Bauhaus” (Cebriloğlu, 2016, s. 384), “Grafikçiliğin geniş anlamda bütün biçimleriyle ilgilenir, iki temel ilkesi vardır: Sadelik ve İşlevsellik” (Weill’den aktaran Demirkıran ve Güven, 2023, s. 343). Süslemeler yerine ürünün işlevine odaklanmış görselliğin, gerçekçi illüstrasyonlar yerine fotoğraf kullanımının ve tırnaksız harflerin tercih edildiği Bauhaus’ta (Gedik, 2022, s. 118), sanat ve zanaatı bir araya getiren işlevsel, ucuz ama kaliteli ve uzun ömürlü ürünlerin stil olması gerektiğine inanılmış, sanatın herkesin hakkı olduğu savunulmuş, estetik kaygılar taşıyan uygun fiyatlı ürünlerle toplumun geniş bir kesimine ulaşılması sağlanmıştır (MEB, 2012, s. 36).

Okul eğitimcileri arasında Wassily Kandinsky ve Paul Klee, Moholy Nagy Lyonel Feinger, Johannes Itten ve Oscar Schlemmer gibi önemli isimler yer alır. Carlson’a göre Bauhaus, “Bir sanat formu olarak ciddi performans çalışmalarını barındıran tek okuldur” (Carlson’dan aktaran Ayteş, 2014, s. 43). Günümüzde verilen ‘Temel Tasarım’ derslerinin temeli Bauhaus ekolüne dayandırılmaktadır (MEB, 2012, s. 36). Şekil 9’da Margit Terry-Adler’in Ütopia kitabı için Bauhaus felsefesi ile tasarladığı 1921 yılına ait kitap kapağı görülmektedir.



Şekil 9. Utopia, Johannes Itten, 1921, kapak tasarımı: Margit Terry-Adler (<https://www.ubuy.com.tr/tr/product/3UKFC7Q5G-bauhaus-typography-at-100#gallery-4>)

4.1.1. Dünyada Sessiz Kuşak Döneminde (1925-1945) Eserler Veren Grafik Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

1918-1923 yılları arasında oldukça etkili ve aktif olan Ekspresyonist hareket, yerini 1925 yılından sonra Post-Ekspresyonizme bırakmış; eski canlılık ve önemini kaybeden akımları takip eden tasarımcılar da yeni arayışlar içine girmiş ve farklı sanat akımlarına dahil olmuşlardır (Çomak, 2015, s. 12). Neredeyse Bauhaus’da eğitim veren bütün sanatçılar ve birer ustaya dönüşen eski öğrenciler, Dessau’ya göç etmiş; yönetimini üstlendikleri yeni atölyeler kurarak 1924- 1932 yılları arasında burada özellikle sanat ve mimari alanlarında etkisi büyük eserler üretmişlerdir. 1926’da Tasarım Enstitüsü olarak ilan edilen okul, 1933 yılında kapanınca Bauhaus ekolü Berlin’e taşınmıştır (Çomak, 2015, s. 41-42-43).

Sessiz Kuşak döneminde özellikle çizgi romanların ilk piyasaya sürüldüğü 1930’lu yıllar (Guillermou, 2017), basım teknolojilerinin dolayısıyla da ucuz ve hızlı üretimin etkileriyle yayın piyasalarında dönüm noktası olmuş; 1935 yılında kurulan ünlü İngiliz yayınevi Penguin Books, kitap satışlarından elde ettiği ciddi satış rakamlarıyla ses getiren finansal bir başarı elde etmiştir (Koç ve Yalur, 2022, s. 1956). Bu kuşağın kapak tasarımcıları arasında Ladislav Sutnar, Paul Klee, Jan Tschichold, Alexey Brodovitch ve New York Sanat Yönetmenleri Kulübü’nün ilk kadın tasarımcı üyesi ve bir derginin ilk kadın sanat yönetmeni olan Cipe Pineles gibi kıymetli isimlerin yanında Şekil 10, Şekil 11 ve Şekil 12’de kapak tasarım çalışmalarından örnekler görülen Rockwell Kent, Bruno da Osimo ve Ernst Reichl gibi isimler de yer almaktadır.



Şekil 10. Moby Dick. Herman Melville, Random House, 1930, kapak tasarımı: Rockwell Kent (<https://www.bidsquare.com/online-auctions/nadeaus/moby-dick-or-the-whale-1930-book-by-herman-melville-illustrated-by-rockwell-kent-1624951>)

Şekil 11. Acoverelli, Antonio Conte, A. Mondadori, 1930, kapak tasarımı: Bruno da Osimo (<https://www.bertolamifineart.com/uk/auction-0290/conte-antonio-acquerelli-1930-106751>)

Şekil 12. Ulysses, James Joyce, Random House, 1934, kapak tasarımı: Ernst Reichl (<https://tr.pinterest.com/pin/372532200406237300/>)

4.1.1.1. Ladislav Sutnar (1897-1976)

Zamanın görsel duyarlılığını gösteren yeni tipografi hareketi, 1920'lerin sonlarında Çekoslovakya'da görülmeye başlanmıştır. Akımın buradaki temsilcileri arasında yer alan, 1897 doğumlu, Çek tasarımcı Ladislav Sutnar, bu yeni stili, Prag'taki yayınevi Druzstevni Prace'de, Upton Sinclair ve George Bernard Show'a ait çalışmaların anısına düzenlenmiş kitapların şömiizlerinde, sadelik ve görsel netliği ustaca kurgulayarak uygulamıştır (Sarıkavak, 2018, s. 16-17). Tasarımcı, basit, sade ve zeki tasarımlarıyla bilgi grafiklerinin yayılmasını sağlamış; tasarımlarındaki renk seçimlerinde az sayıda rengi bir arada kullanması onu, yeni kuşak infografik tasarımcıların dahi örnek aldığı tasarımcılar arasına katmıştır ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022).

Foto-montaj ve tipo-montaj tekniklerinin güçlü bir uygulayıcısı olan sanatçı; eğitici oyuncak, tekstil, cam, porselen ve metal ürün tasarımları ile de ilgilenmiş, 1923-1936 yılları arasında Prag Devlet Grafik Sanatlar Okulu'nda görev almış, tasarladığı yeni radikal işaretlendirme sistemleri ile geleneksellikten uzak sergileme ve ambalajlama tekniklerine dair yazdığı kitaplarla dikkat çekmiş, buluşçu tasarıma dair "Tanıdık bir objenin mizah veya

hayal gücü katılarak yeniden şekillendirilmesi veya alışılmadık bir şekilde gruplandırılmasında olduğu gibi, görsel çekicilik, görsel merak uyandırılarak sağlanabilir” demiştir (Heller, 1991).



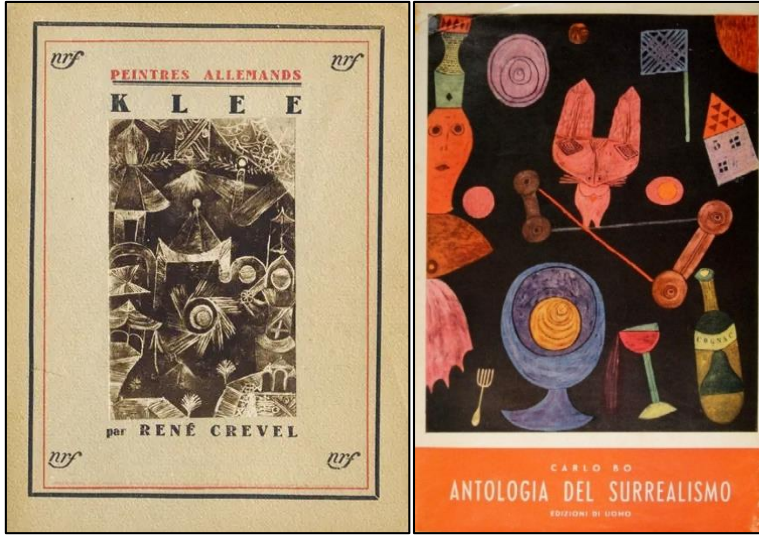
Şekil 13. Svet Nic Nevi, Miloslav Nohejl, 1934, kapak tasarımı: Ladislav Sutnar (<https://aiap.it/2000-2020/cdpg%EF%B9%96ID=2926&IDsubarea=169&IDsez=170.html>)

Şekil 14. Basníkuv rok, 1937, kapak tasarımı: Ladislav Sutnar (<https://aiap.it/2000-2020/cdpg%EF%B9%96ID=2912&IDsubarea=169&IDsez=170.html>)

4.1.1.2. Paul Klee (1879- 1940)

1920'den sonra ünü yayılan, 1924'te Amerika'da ilk sergisi açılan, Münih'te üç yüz elli altı resmi sergilenen Paul Klee'yi Fransa'da ilk destekleyenler sürrealistler olmuştur (Çomak, 2015, s. 18). Çoğunlukla gerçeküstü ve dışavurumcu hareketlere yakınlığıyla bilinen sanatçı, bir dönem Bauhaus Sanat ve Tasarım Okulu'nda dersler vermiş (Altındağ, 2022, s. 174), Bauhaus'ta uyguladığı eğitim teknikleri 1925 yılında Padagogisches Skizzenbuch (Pedagojik Eskizler) adıyla yayınlanmıştır (Çomak, 2015, s. 4).

Klee, düşüncelerini aktarırken kendine has bir üslupla, akılcı, sistematik, şematik sistemler ve yazılar eşliğinde adeta formülize edilmiş bir metod kullanmış (Altındağ, 2022, s. 174); renk parçaları ve küçük fırça darbeleri kullanarak mozaîği anımsatan kompozisyonlar tasarlamıştır (Çomak, 2015, s. 28). Renkleri, kapladığı yer ve bu yeri çerçeveleyen çizgisel oluşumlardan ayırmadan, örtük ve karşıt biçimlerde kullanarak bir enerji yaratmaya çalışan Paul Klee için “Sanat, artık, görülebilir olan şeyi tekrarlamaz, tersine görünür kılar.” (Satır ve Kayserili, 2013, s. 82- 83).

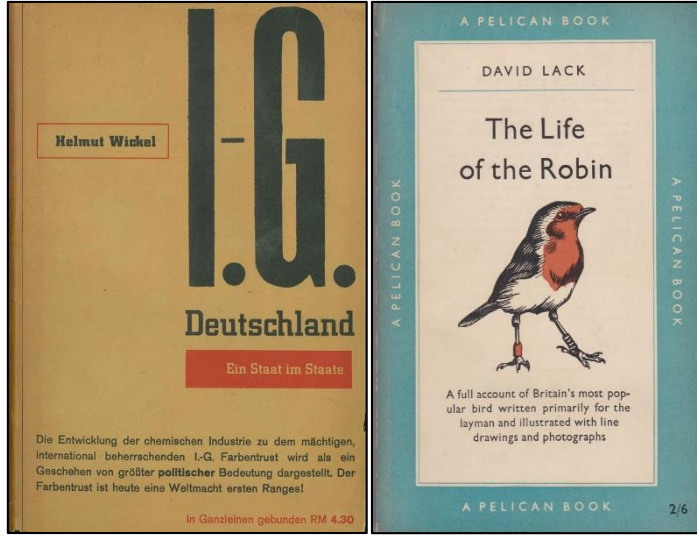


Şekil 15. Peintres Allemands, Klee, Rene Crevel, Gallimard, 1930
(<https://www.gallimard.fr/catalogue/paul-klee/9782071006464>)

Şekil 16. Antologia del Surrealismo, Carlo Bo, 1944, kapak tasarımı: Paul Klee
(<https://www.design-is-fine.org/post/80309216787/paul-klee-on-the-dust-jacket-of-the-book-antologia>)

4.1.1.3. Jan Tschichold (1902-1974)

1900'lerin başlarında ortaya çıkan modern akımları grafik tasarım alanında uygulayarak modernizmin temelini atan Max Bill, Josef Müller Brockmann, Cassandre ve Theo Ballmer ile beraber Jan Tschichold da çalışmaları ile 20. yüzyıl modernist grafik tasarımına ön ayak olmuştur (Eker ve Kızılgındemir, 2022, s. 120). 1928 yılında modern grafik tasarım tarihine kazandırdığı Die Neue Typographie (Yeni Tipografi) kitabında, işlevsel iletişime dair geliştirdiği kuramları tipografik örneklerle gösteren ve tasarım ilkelerini bir araya getiren Tschichold, çağın ruhunu yansıtarak görsel duyarlılığı yükselttiğine inandığı asimetrik yaklaşımın tasarımlara işlevsellik kattığı görüşünü işlemiştir (Demirkıran ve Güven, 2023, s. 344). “Yeni tipografi anlayışı, asimetrik kompozisyon, sans serif yazı tipi, küçük harf tercihi, fotoğraf, ızgaralar, geometrik formların kullanımı ve dekorasyondan arınmış bir sayfa düzenini kapsamaktadır” (Ersan, 2021, s. 546). Ortaya attığı bu yeni tipografi anlayışı ile alanı, içine sıkıştığı standart, simetrik, durağan, esneklikten uzak, mükemmeliyetçi süslemelerle dolu, işlevsiz (Düz, 2001, s. 155), yozlaşmış yazı karakterleri ve düzenlemeler içeren (Demirkıran ve Güven, 2023, s. 344) eski düzeninden kurtarmayı hedefleyen sanatçı, basılı malzemeye verdiği üç boyutlu anlam sebebiyle, okunduğu ve görüldüğü kadar aynı zamanda dokunulan kitapların sadece tipografik yanıyla değil kâğıt seçimi, baskı ve ciltleme için seçilen malzemesi ile de ilgilenmiştir (Düz, 2001, s. 155).



Şekil 17. I.-G. Deutschland, Ein Staat im Staate, Helmut Wickel, Verlag Der Bücherkreis, 1932, kapak tasarımı: Jan Tschichold (<https://designreviewed.com/artefacts/i-g-deutschland-ein-staat-im-staate-helmut-wickel-1932/>)

Şekil 18. The Life of the Robin, David Lack, A Pelican Book, kapak tasarımı: Jan Tschichold (<https://research.reading.ac.uk/research-blog/2019/11/26/in-pictures-pelican-books-by-design/>)

4.1.2. Dünyada Bebek Patlaması Döneminde (1946-1964) Eserler Veren Grafik Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

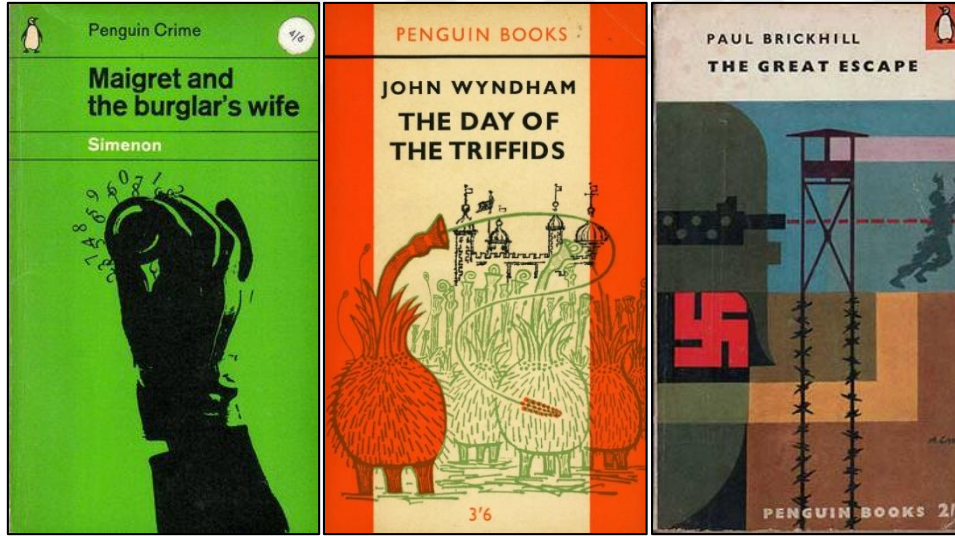
Her yeni kuşak kendi sanatçılarını yaratır. “Primitif dönemde bir Van Gogh yetişmez, Gotik çağda bir Marcel Duchamp çıkmaz ya da Bizans ikonografik sanatında bir Salvador Dali görülemez” (Ragoon’dan aktaran Cebriloğlu, 2016, s. 378).

Bebek Patlaması dönemine bakıldığında; İsviçre ve Almanya’daki sanatçıların, modernist grafik tasarımı, İsviçre Tasarımı veya Uluslararası Tipografik Stil şeklinde uyarladıkları; rasyonel sistemi odağına alan, kişisel ifadeler yer veren, tarafsız ve nesnel bir yaklaşım sergiledikleri; yatay ve dikey çizgilerden meydana gelen grid tekniği ile eserlerindeki imgeleri düzenleyip hizaladıkları görülmektedir (Gedik, 2022, s. 122). Amerikalı grafik tasarımcılar, 1950’li yıllarda ilk örnekleri görülen harflerin figüratif olarak düzenlenmesine dair çalışmalara 1960’larda da devam etmiş; harfleri nesnelere ve nesneleri de harflere dönüştürmüşlerdir (Ersan, 2021, s. 548).

Richter’e göre: “60’lı yılların entelektüel ve ahlaki durumu ile bu yıllardan kırk yıl öncesinin entelektüel ve ahlaki durumu arasında bir koşutluk vardır; boşunalık duygusu (fatalizm) ve yaşamın reddedilmesi, 1960’larda, kırk yıl önce olduğundan daha güçlü bir biçimde vurgulanmıştır” (Richter’den aktaran Cebriloğlu, 2016, s. 386).

1948’de, Fransız Kitap Kulübü sanat yönetmeni Pierre Faucheux, belirlediği mutlak boşluk gibi yeni tipografik kurallar ile kitap kapaklarında resimleme çalışmaları yaparak, Dadaizm ve Konstrüktivizm hareketlerinin etkisinde yapıtlar ortaya çıkarmıştır (Guillermou, 2017). İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki dönemde var olan Fransız Kitap Kulübü, Libraire Galimard, İngiliz Penguin Books gibi yayınevlerinin ardından 1953 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde Poche Book yayınevi kurulmuş; yayınevi benimsediği yüksek tiraj, düşük maliyet, editoryal kalite ile daha geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemiş ve bu politikası neticesinde roman kitaplarının piyasalardaki ilk cep boy formatını üretmiştir (Guillermou, 2017).

Bebek Patlaması döneminde eserler veren tasarımcılar arasında Berthold Wolpe, Leo Lionni, Alvin Lustig, Elaine Lustig Cohen, Milton Glaser, Massimo Vignelli ve dünyanın en çok bilinen yazı karakterlerinden biri olan Helvetica’nın tasarımcısı Max Miedinger ile Şekil 19, Şekil 20, Şekil 21’de kapak tasarım çalışmalarından örnekler görülen Romek Marber, John Griffiths, Abram Games da yer almaktadır.

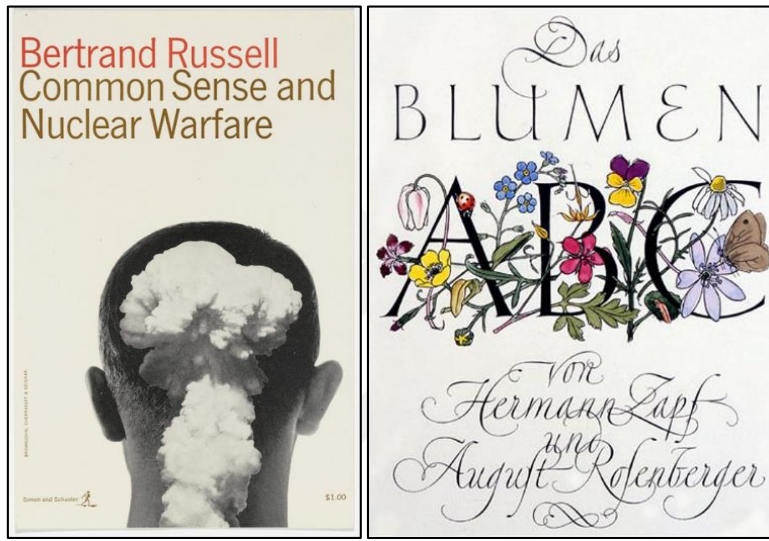


Şekil 19. Maigret and the Burglar's Wife, Georges Simenon, Penguin, 1953, kapak tasarımı: Romek Marber
(<https://www.flickr.com/photos/thelastsummer/4486575264/in/pool-bookcovers/>)

Şekil 20. The Day of the Triffids, John Wyndham, Penguin, 1954, kapak tasarımı: John Griffiths
(<https://www.flickr.com/photos/56781833@N06/6081704660>)

Şekil 21. The Great Escape, Paul Brickhill, Penguin, 1957, kapak tasarımı: Abram Games
(<https://www.amazon.co.uk/Great-Escape-Penguin-Books-1187/dp/B000WHSPJO>)

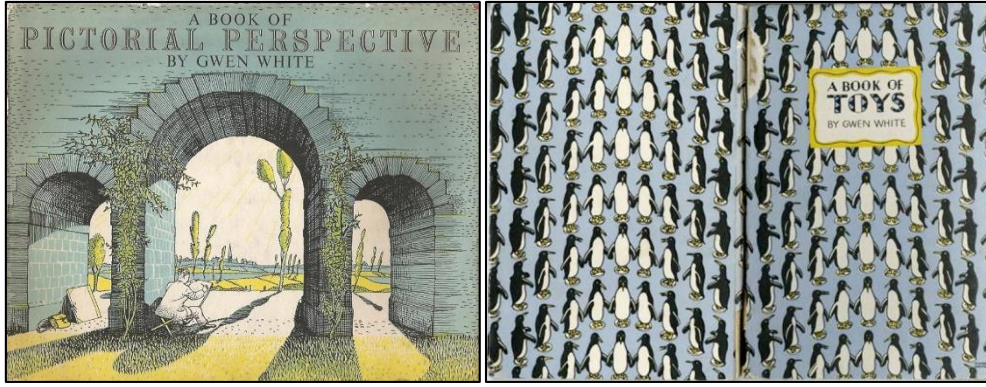
Birçok başarılı tasarımcının yetiştiği gözlemlenen bu kuşakta, kapak tasarımlarına bakıldığında; Şekil 22’de Rudolph de Harak’ a, Şekil 23’te Bebek Patlaması döneminin dünyaca ünlü logolarını ve hatta Türkiye’de Koç, Opet, Arçelik, Tüpraş gibi kuruluşların da logolarını tasarlayan tanınmış logo tasarımcılarından Ivan Chermayeff’e, Şekil 24’te harflerin dijital dünyaya aktarımında büyük emeği olan, Dingbats, Palatino ve Optima gibi popüler yazı karakterlerini oluşturan Hermann Zapf’a, Şekil 25 ve Şekil 26’da Penguin’in ciltli kitap alanındaki ilk çalışmalarında imzası bulunan Gwen White’a ve Şekil 27’de eğlenceli ve ikonik tasarımlarıyla bilinen Seymour Chwast’a ait tasarımlar görülmektedir.



Şekil 22. Innovation: The Basis of Cultural Change, HG Barnett, McGraw-Hill, 1953, kapak tasarımı: Rudolph de Harak (<https://www.design-is-fine.org/post/74739227963/rudolph-de-harak-cover-design-for-innovation-the>)

Şekil 23. Common Sense and Nuclear Warfare, Bertrand Russell, Simon & Schuster, 1960, kapak tasarımı: Ivan Chermayeff (<https://www.typeroom.eu/visionary-modernist-legend-ivan-chermayeff-in-his-own-words-videos>)

Şekil 24. Das Blumen ABC, Hermann Zapf & August Rosenberg, Stempel AG, 1962, kapak tasarımı: Hermann Zapf (<https://www.design-is-fine.org/tagged/1940s>)



Şekil 25. A Book of Pictorial Perspective, Gwen White, Murray, 1960, kapak tasarımı: Gwen White (<https://www.amazon.com/book-pictorial-perspective-Gwen-White/dp/B0007JV0AO>)

Şekil 26. A Book of Toys, Gwen White, Penguin, 1946, kapak tasarımı: Gwen White (<https://oggito.com/icerikler/penguin-in-yeniliklere-Imza-atan-10-kitap-kapagi/64522>)

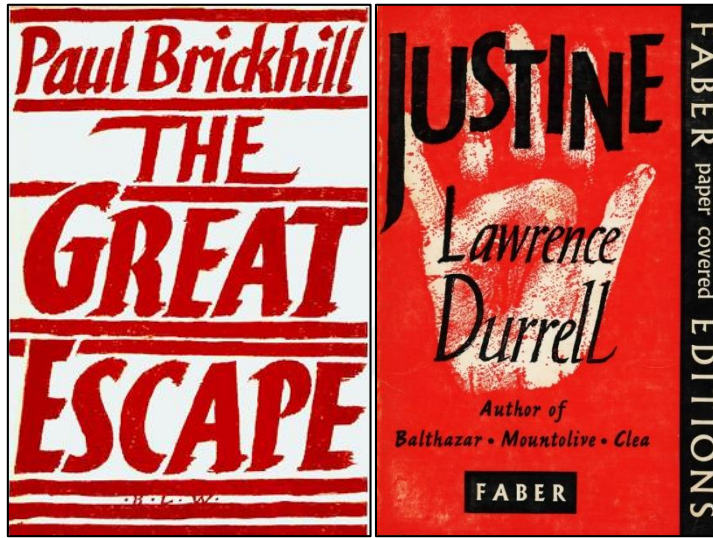


Şekil 27. A Book of Battles, Seymour Chwast, 1957 (Kapak illüstrasyonu ve elle renklendirilmiş linolyum baskılar) (<https://www.design-is-fine.org/search/SEYMOUR+CHWAST>)

4.1.2.1. Berthold Wolpe (1905- 1989)

Bohem ve kaotik olarak tanımlanan, Alman tipograf, hattat ve grafik tasarımcısı Berthold Wolpe, Frankfurt ve Offenbach'taki sanat kolejlerinde aldığı eğitim sonrası Almanya'da başlayan çalışma hayatına 1930'ların ortalarında savaşın getirdiği zorluklar sebebiyle İngiltere'de devam etmiş, burada tasarımını yaptığı Albertus karakteri, İngiltere'de reklamcılık ve pazarlamada kullanılan en popüler yazı tiplerinden biri olmuştur. Camberwell Sanat ve El Sanatları Okulu'nda, Royal College of Art'ta dersler veren ve City and Guilds of London'da bir harf kursu yöneten Wolpe, 1966 yılında The Times gazetesi için yeni bir başlık tasarlamıştır (Davud, 2018).

1980 yılında, Victoria & Albert Müzesi'nde, TS Eliot, Thom Gunn ve Robert Lowe için tasarladığı kitap kapaklarının da içinde bulunduğu bir retrospektif sergi düzenleyen sanatçının 1941 yılında işe girip 35 yıl çalıştığı yayıncı Faber & Faber firması için bin beş yüzden fazla kitap kapağı tasarladığı düşünülmektedir (Davud, 2018). Yayınevini tanınır kılan el yazısı ve özgün yazı biçimleriyle fark yarattığı kapak çalışmalarında, kaligrafik el çizimi harflerle meydana getirdiği tipografi, kapağın tamamına hâkim olurken; kelimelerin vurgusunu arttıran büyük harflerle başlıklar oluşturmayı seven sanatçı için (Gedik, 2022, s. 34) renkler büyük önem taşımaktadır: Siyah Hint mürekkebiyle oluşturduğu fırça izleri, beyaz poster boyasıyla yaptığı düzeltmeler (Davud, 2018) ve olmazsa olmaz kırmızı.



Şekil 28. The Great Escape, Paul Brickhill, Faber, 1954, kapak tasarımı: Berthold Wolpe (<https://picclick.co.uk/Faber-Book-Cover-Postcard-FILM-AS-ART-1958-384754700833.html?refresh=1.23.01.2021>)

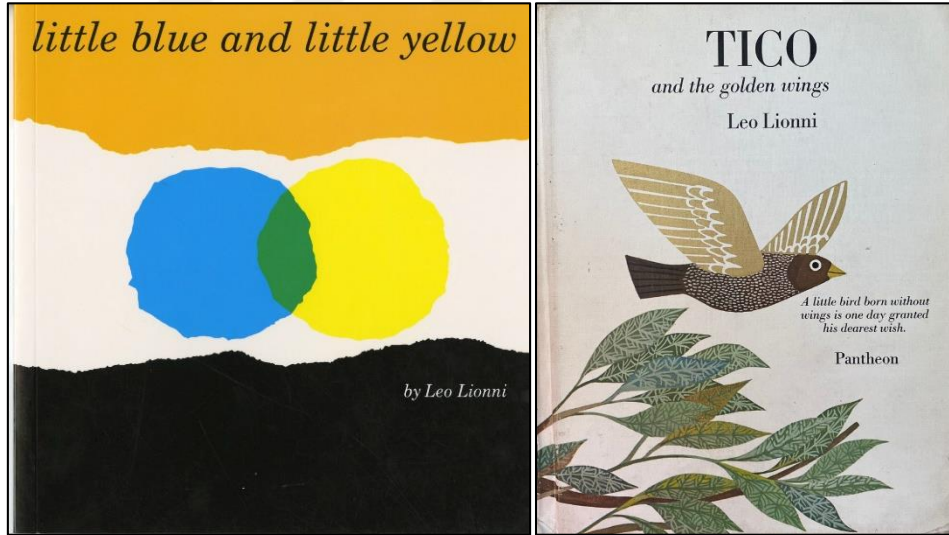
Şekil 29. Justine, Lawrence Durrell, Faber, 1963, kapak tasarımı: Berthold Wolpe (<https://casualoptimist.wordpress.com/tag/berthold-wolpe/>)

4.1.2.2. Leo Lionni (1910-1999)

Holanda doğumlu ünlü tasarımcı, çizer ve grafik sanatçısı Leo Lionni, İtalya'da gördüğü eğitimin ardından 1939 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ne yerleşmiş; burada yaptığı uzun soluklu çalışmalarının ardından 1960 yılında tekrar İtalya'ya dönerek onu alanda tanınır kılan çocuk kitapları tasarımlarına başlamıştır. Torunları için doğaçlama olarak ortaya çıkan ve Şekil 30'da kapağına yer verilen "Little Blue And Little Yellow" çocuk kitabının ardından Lionni, sonraki 35 yıl içinde 40 çocuk kitabı daha yazmış ve resimlemiştir ("Leo Lionni", 2010).

Lionni'nin, mecaz ve ironi içeren ifadelerle kurguladığı çocuk kitaplarında (Tozduman Yaralı, 2020, s. 76), çocukların hem cevabını bildikleri hem de üzerinde yeniden düşünecekleri bazı sorularla dikkatleri çekilmeye çalışılmıştır (Tozduman Yaralı, 2020, s. 70). Leo Lionni'nin bir çocuğun duyuşsal gelişimine faydalı olabilecek, sevgi, dostluk ve yardımlaşma gibi kavramlara dair örtük mesajlar içeren yapıtlarının gerek iç bölümlerindeki gerekse kapaklarındaki tasarımlar, "sanatın görsel öğelerinden olan nokta, çizgi, renk, ışık, leke vb. öğeler ile bu öğeleri düzenleme işlevi olan ritim, denge, uyum, vb. hareket ilkelerine göre oluşturulmuştur" (Atılgan, 2021, s.107).

Dört çocuk kitabı ile Amerika'da her yıl verilen en iyi resimli çocuk kitabı ödülü Caldecott ve American Institute of Graphic Arts'tan (AIGA) aldığı ödüllerin yanı sıra ölümünden sonra 2007'de The Society of Illustrators'ın Yaşam Boyu Başarı ödülüne layık görülen, 1950'lerde Fortune Dergisi'nin Sanat Yönetmenliğini ve MOMA' nın Family of Man sergisinin ikonik katalog kapağını tasarlayan Lionni için Amerikalı sanat yönetmeni Steven Heller, AIGA'daki bir makalesinde, "Lionni, söz ve eylemde sarsılmaz bir rasyonalist, dindar bir hümanist ve tutkulu bir sanatçıdır" açıklamasında bulunmuştur ("Leo Lionni", 2010).



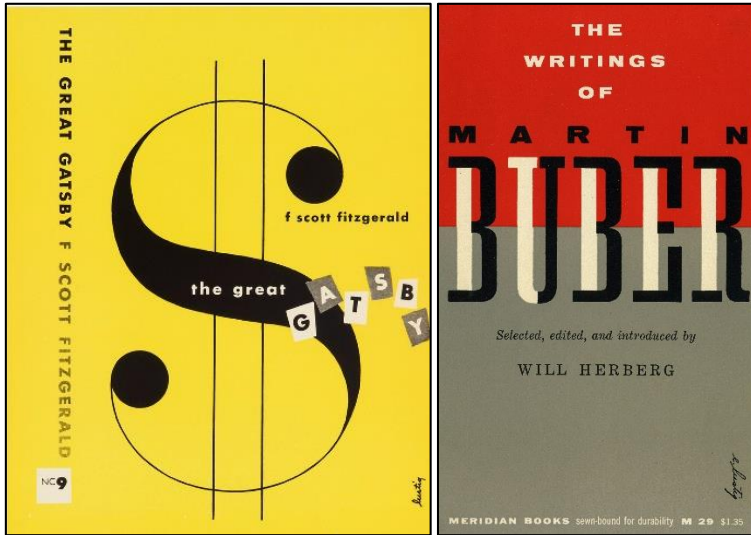
Şekil 30. Little Blue And Little Yellow, Leo Lionni, Astor Book, 1959, kapak tasarımı: Leo Lionni (<https://www.etsy.com/listing/1531250232/first-edition-little-blue-and-little>)

Şekil 31. Tico And The Golden Wings, Leo Lionni, Pantheon, 1964, kapak tasarımı: Leo Lionni (<https://www.etsy.com/se-en/listing/1403381025/tico-and-the-golden-wings-by-leo-lionni>)

4.1.2.3. Alvin Lustig (1915-1955) & Elaine Lustig Cohen (1927- 2016)

Eserlerinde modern ressam, mimar ve fotoğrafçıların izlerine rastlanan Alvin Lustig; geçmiş ile bugün arasında kurulacak dengelerle geleneksel olanın dışlanmak yerine dönüşmesi gerektiğini savunmuş, “profesyonel pratikleri, yazdıkları ve dersleriyle tasarım disiplini adına önemli bir misyonu gerçekleştirmiştir” (Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, 2023). Alvin’in üretim sürecindeki eşlikçisi bir sanat öğretmeni olan Elaine Lustig Cohen’dir.

Tasarımcı kimliğinin yanı sıra eğitimci kimliği ile de Yale Üniversitesi’nde dersler veren Alvin Lustig, çoğunlukla New Directions isimli yayınevine kapak tasarımları yaparken (Demirel, 2023, s. 96) Elaine Lustig ise daha çok Meridian Books yayınevi için kapaklar tasarlamıştır. Alvin Lustig’in, geç modernizmin olguları, renk ve şekiller aracılığıyla daha anlaşılır hale getirerek kavramsallaştıran tarzını kullandığı kitap kapağı tasarımlarında, soyut biçimler, semboller, keskin olmayan geometrik hatlar, ahenkli kompozisyonlar ve zaman zaman sanatçının kendi eli ile oluşturduğu tipografik öğeler öne çıkmaktadır (Gedik, 2022, s. 127-128). Alvin Lustig’in 1955 yılındaki ölümünün ardından eşi, edebiyat ve sanat ağırlıklı üretimler yapan bir stüdyo kurarak bu kuşakta sık görülmeyen başarılı bir kadın sanatçı olarak tasarım sürecini devam ettirmiş; döneminin avangart sanatına ve mimarisine hâkim, dışavurumcu ve renkli stili ile dikkat çekmiştir (Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, 2023).



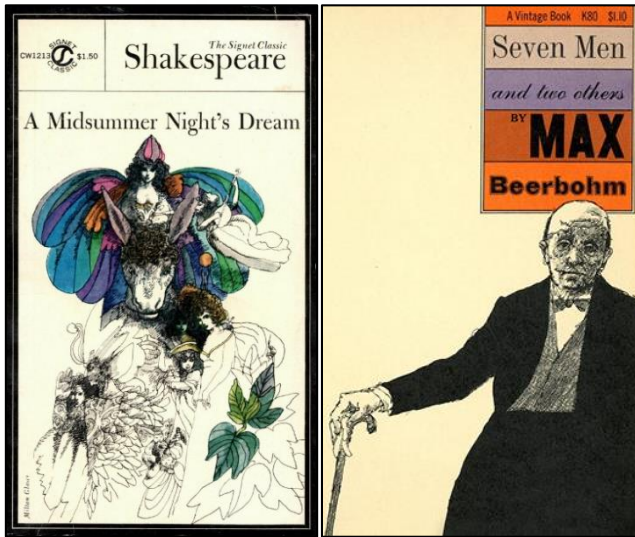
Şekil 32. The Great Gatsby, F. Scott Fitzgerald, New Directions Books, 1947, kapak tasarımı: Alvin Lustig (<https://www.design-is-fine.org/post/166724774119/alvin-lustig-book-cover-design->)

Şekil 33. The Writings of Martin Buber, Will Herberg, Meridian Books, 1956, kapak tasarımı: Elaine Lustig Cohen (<https://www.elainelustigcohen.com/book-covers>)

4.1.2.4. Milton Glaser (1929- 2020)

Alanında büyük ses getiren Push Pin Stüdyoları'nın kurucuları arasında yer alan, 1974 yılında Clay Felker ile birlikte New York dergisini, 1983 yılında Walter Bernard ile birlikte yayın tasarım şirketi WBMG'yi kuran Milton Glaser'in uluslararası üne kavuşmasını sağlayan afiş, kitap, dergi ve albüm kapağı tasarımları, dünyanın Paris Pompidou Kültür ve Sanat Merkezi, New York Modern Sanat Müzesi ve New York Cooper-Hewitt Ulusal Tasarım Müzesi gibi birçok ünlü müzesinde sergilenmektedir (Bleck, 2009). Tasarımın en kuvvetli tarafının görmek ile anlamak arasındaki eylem olduğuna inanan Glaser, dünyaca ünlü I ♥ NY tasarımı, Mad Men serisi ve Bob Dylan için hazırladığı posterleriyle meşhurdur ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022).

Modernist tasarım akımlarının temel söylemi olan "Less is More" (Az Çoktur) söylemine karşılık yeni bir söylem geliştiren tasarımcı bu konuda; "Eğer bir İran halısına bakarsanız, 'less is more' söylemi çuvallar; çünkü halının her parçası, her rengi ve her biçimi estetik başarısı için kesinlikle gereklidir. Düz mavi bir halının daha iyi olduğunu hiçbir şekilde bana kanıtlayamazsınız." diyerek doğru olduğuna inandığı alternatif önerisini sunmuştur: "Yeterli ve Öz" (Glaser'den aktaran Demirkıran ve Güven, 2023, s. 350).



Şekil 34. A Midsummer Night's Dream, William Shakespeare, Signet, 1963, kapak tasarımı: Milton Glaser (<https://raggedclaws.com/2014/05/31/look-here-two-plays-by-shakespeare-with-cover-art-by-milton-glaser/>)

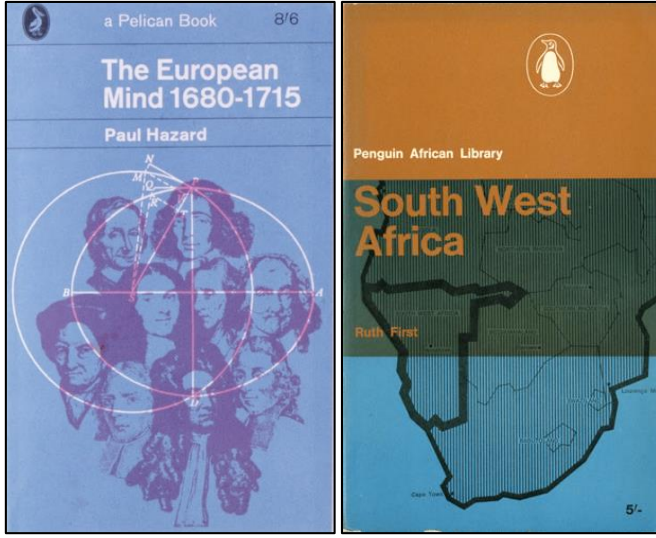
Şekil 35. Seven Men and Two Others, Max Beerbohm, A Vintage Book, 1962, kapak tasarımı: Milton Glaser (Gedik, 2022, s.131)

4.1.2.5. Massimo Vignelli (1931-2014)

Tasarım alanında Bebek Patlaması Kuşağının en etkili isimlerinden biri, karmaşık içerikli bilgiyi basit görsellere dönüştürerek her kesimden bireyin kolayca anlamasını sağlamayı görev edinen ve bu sebeple kendini bir tasarımcıdan ziyade bir bilgi mimarı olarak tanımlayan Massimo Vignelli'dir ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022). Milano'lu sanatçı, İtalya'da aldığı mimarlık eğitiminden sonra İsviçreli modernist Max Huber ve Antonio Boggeri gibi isimlerin etkisiyle grafik tasarım alanında çalışmaya başlamış ve alana dair; "Grafik tasarım, bizim için bilginin organizasyonudur" (Erdoğan Aydın, 2015, s. 145), "Biz grafik tasarımcıların hayatı bir kavgaya benzer, etraftaki görsel hastalıklara karşı bir kavga. Bilirsiniz, doktorların hastalarını tedavi ettiği gibi, bizim görevimiz de etrafımızdaki görüntü hastalıklarını bir şekilde tasarım yoluyla tedavi etmeye çalışmaktır" (Vignelli'den aktaran Akgün, 2013, s. 2) şeklinde fikrini beyan etmiştir.

Massimo Vignelli, 1957-1960 yılları arasında Chicago'da, Illinois Institute of Technology, Institute of Design'da yaptığı asistanlık, önce arkadaşları ile daha sonra eşi ile kurduğu tasarım ofisleri, Alliance Graphique Internationale (AGI) ve American Institute of Graphic Arts (AIGA)'daki başkanlık görevleri, ADI, AIA, AIGA, National Arts Club, Royal Society of Arts ve Presidential Design gibi birçok kuruluştan aldığı tasarım ödülleri, New York, Montreal, Münih gibi dünyanın farklı kentlerinde yer alan koleksiyonları ile uluslararası camiada adını duyurmuş; mimari, grafik, sergileme, iç mimarlık, yayıncılık gibi alanlardan mobilya ve giysi dahil birçok konseptteki endüstri ürünleri tasarımlarına kadar hemen hemen her alanda Amerika ve Avrupa'daki kurum ve şirketlere hizmetler vermiştir (Pedersen, 2002).

"Bir şey tasarlayabiliyorsanız her şeyi tasarlayabilirsiniz" ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022) görüşünü savunan Vignelli'nin, çoğu modern tasarımın klasik örnekleri arasında sayılan projeleri arasında American Airlines logosu, Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Park Müdürlüğü için grafikler, New York Şehri metro haritası ve New York'ta Saint Peter's Kilisesi'nin iç mekân tasarımı da yer almaktadır (Remington, 2014).



Şekil 36. The European Mind 1680-1715, Paul Hazard, Pelican Book, 1964, kapak tasarımı: Massimo Vignelli (<https://artsandculture.google.com/asset/penguin-books-covers-vignelli-massimo/LwHeacbFLXOsnw?hl=en>)

Şekil 37. South West Africa, Ruth First, Penguin, 1963, kapak tasarımı: Massimo Vignelli (<https://aiap.it/2000-2020/cdp%EF%B9%96ID=8315&IDsubarea=169&IDsez=267.html>)

4.1.3. Dünyada X Kuşağı Döneminde (1965-1979) Eserler Veren Grafik Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

1960 ve 1970'lere gelindiğinde sanatın belgelemeye olanak veren yönü, çağdaş sanat imkanlarını kullanarak, performans ve zamanı esas alan sanat formlarının sanatçılar tarafından belgelenebilmesine ve birer sanat eserine dönüştürülebilmesine olanak sağlamıştır (Cebriloğlu, 2016, s. 378). 1960'lı yılların grafik tasarımcılarının “dönemin kavramsal altyapısından oldukça etkilendiği ve yaratıcılık bağlamında ön plana çıktığı”; sadece işverenin düşüncesini aktardığı işler yapmak yerine şahsi düşüncelerini ve dünya görüşlerini yansıttığı işler yapmayı tercih ettiği görülmektedir (Öksüz, 2022, s. 35).

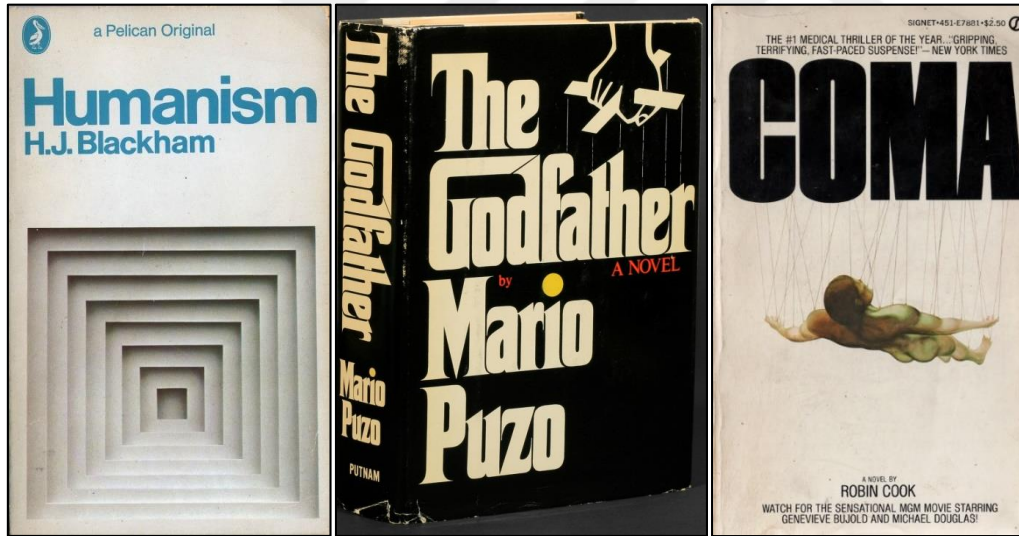
1970'li yılların sonunda ise modernist geleneğe mensup uluslararası birçok tasarımcı, yeni bir hareket arayışı içine girerek modernizmin ilkelerini reddetmiş ve formun işlevin takip edicisi olduğu yönündeki felsefeyi benimsemiştir (Gedik, 2022, s. 131).

Amerikalı sanat tarihçisi Arthur Coleman Danto, “Sanatın Sonundan Sonra” adlı kitabında, sanatın 1970'lerden sonra esaslı bir değişim geçirdiğini; çağdaş dönemin, varlığını felsefi olarak sorgulayan bir sanat görüşünün hâkim olduğu mutlak bir özgürlük dönemi olduğunu ve “Batı sanat tarihi anlatısının Andy Warhol'un 1964 yılında deterjan kutuları (Brillo) kopyalarını sergilemesi üzerine kapandığını” ileri sürmüştür (Danto'dan aktaran Savaşer,

2023). Jean Baudrillard ise X Kuşığı dönemindeki çağdaş sanatı, vasat, bayağı ve adeta bir hiç olarak değerlendirerek; kapitalizm ve endüstrileşmenin yarattığı maddi üretim düzeni ile oluşan dönemsel zihniyetin, sanatı, modern-postmodern tanımlamalarının dışına çıkararak güncel çağdaş sınıfına soktuğunu belirtmiştir (Baudelaire'den aktaran Savaşır, 2023).

Fotoğraf ve illüstrasyonun kendini dergi, kitap kapağı ve reklamlarda göstermeye başladığı X Kuşığı döneminde (Guillermou, 2017), edebiyat alanında, bilim kurgu, felsefe, fantastik ve macera türlerinde eserler üretildiği; buna paralel olarak kapaklardaki grafik tasarım çalışmalarında piyasa ve hedef kitleden bağımsız renk, soyutlama ve tipografik deneyimlerin ortaya çıktığı görülmektedir (Koç ve Yalur, 2022, s. 1958).

Bradbury Thompson, Paul Rand, Herb Lubalin, Muriel Cooper ve Alan Fletcher gibi isimlerin yanı sıra Şekil 38, Şekil 39 ve Şekil 40'ta kapak tasarım çalışmalarından örnekler görülen Henning Boehlke, Neil Fujita ve Paul Bacon gibi isimler de X Kuşığı döneminde eserler vermiş tasarımcılardandır.



Şekil 38. Humanism, H.J. Blackham, Pelican, 1968, kapak tasarımı: Henning Boehlke (<https://tr.pinterest.com/pin/503769908291792837/>)

Şekil 39. The Godfather, Mario Puzo, Putnam, 1969, kapak tasarımı: Neil Fujita (<https://aphelis.net/s-neil-fujita-dies-1921-2010/>)

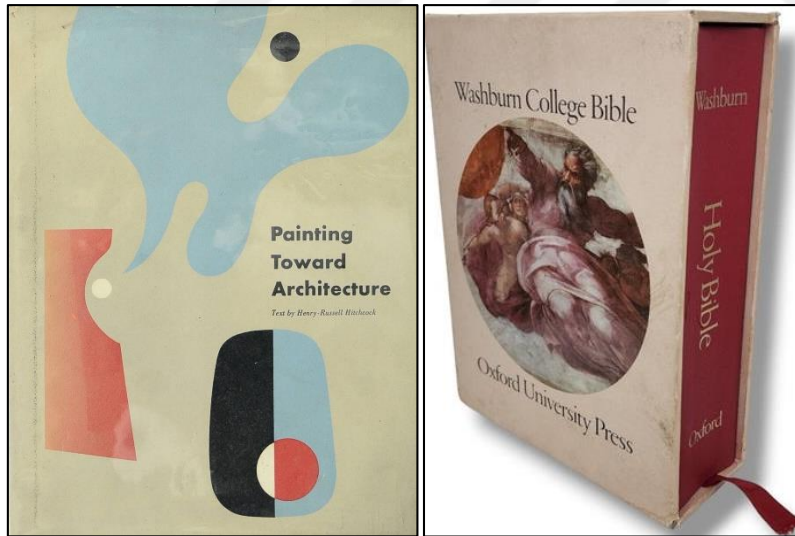
Şekil 40. Coma, Robin Cook, Signet Books, 1977, kapak tasarımı: Paul Bacon (<https://wearethemutants.com/2018/03/22/paul-bacon-cover-gallery-1952-1983/>)

4.1.3.1. Bradbury Thompson (1911-1995)

1930'ların başlarında Bebek Patlaması döneminde Paul Rand, Lester Beall ve Alexey Brodovich gibi tasarımcılarla beraber Avrupalı önderlerinin tecrübelerini Amerikan ticari

piyasalarının beklentileri ile birleştirerek tasarımda yeni bir çıkır açan grupta yer alan Bradbury Thompson (Helfand ve Drenttel, 2002), Amerikalı grafik tasarımcı ve sanat yönetmenidir. Eğitimini Washburn Üniversitesi'nde tamamlayan, 1945-1960 yılları arasında Mademoiselle dergisinin sanat yönetmenliğini yapan Thompson'ın ses getiren en önemli eseri, metnini Jan Tschichold'un hazırladığı, sabon yazı karakterinin ilk kez kullanıldığı Washburn College Bible'dır (Seçkin, 2018). Alfabet 26 yazı karakterini geliştiren, eğitimci kimliğiyle Yale Üniversitesi'nde tasarım dersleri veren, kitap tasarımları yanında Westvaco Paper Corporation'ın tanıtım dergisi Westvaco Inspirations'ın 60 sayısının da tasarımını yapan grafik tasarımcılığının öncü isimlerinden Bradbury Thompson (Seçkin, 2018), "basılı sayfaların sınırlarını zorlayan, fotoğrafçılara ilham veren, farklı renk ve tiplerle katmanlama, kesme, yapıştırma ile deneme yaparak tüm farklılıkları bir tasarımın içinde kullanabilen bir tasarımcıdır" ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022).

Şekil 41'de Thompson'un Bebek Patlaması döneminde hazırladığı bir kapak tasarımı görülürken Şekil 42'de ise içeriğinin tasarımı 10 yıl süren, X Kuşağı dönemine ait Washburn College Bible görülmektedir.



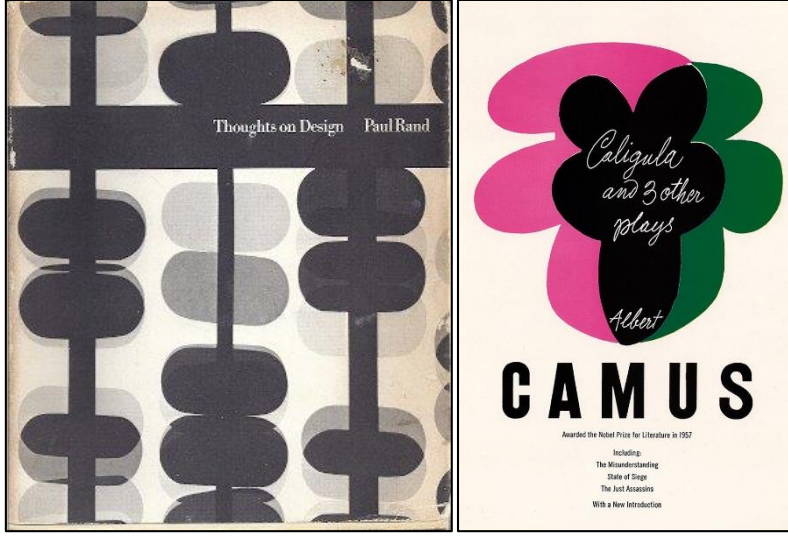
Şekil 41. Painting Toward Architecture, Henry-Russell Hitchcock, Duell, Sloan & Pearce, 1948, kapak tasarımı: Bradbury Thompson (<https://www.jhbooks.com/pages/books/200079/henry-russell-hitchcock/painting-toward-architecture>)

Şekil 42. Washburn College Bible, Oxford University Press, 1979, kapak tasarımı: Bradbury Thompson (<https://www.etsy.com/listing/1709424765/the-washburn-college-bible-with-family>)

4.1.3.2. Paul Rand (1914-1996)

1940'lı yıllarda modern tasarıma fotoğraf, montaj, asimetrik tipografi ve kesimli kâğıt kullanma teknikleriyle (Helfand ve Drenttel, 2002) getirdiği avangart, özgün ve yenilikçi tarzıyla tasarım dünyasında adını duyuran Amerikalı Paul Rand, Bebek Patlaması Kuşağı'nda başlayan başarılı çalışmalarını X ve Y Kuşakları boyunca devam ettirmiştir. Tasarımcı, Kandinsky, Paul Klee ve Picasso gibi tanınmış sanatçıların yapıtlarında kullandıkları canlılık ve sembolizmin renk ve şekillere kattığı gücü fark etmiş; bu farkındalığını kendi eserlerinde soyut figürler, temel geometrik form ve renkler oluşturmak suretiyle kullanmıştır (Gedik, 2022, s. 125). Metni tasarımın merkezinden alıp tür ve şekil gibi diğer argümanlarla aynı oranda kullanmış; yani metin, çizgi ve formları tasarım içerisinde bir bütün olarak tasarlamıştır (“Dünyada Grafik Tasarım”, 2022).

Westinghouse, Ford, Yale, UPS ve IBM gibi dünyaca ünlü firmaların bilinen logolarının tasarımcısı olan Paul Rand, 1993 yılında çıkan “Design, Form and Chaos” adlı kitabında, tasarımın bir araya getirme, düzenleme ve hatta kurgudan çok daha fazlasına işaret ettiğini, bir değer ve anlam yüklenen, ikna eden, aydınlatan, netleştiren ve basitleştiren, açıklığa kavuşturan, onurlandıran, değiştiren, dramatize eden ve belki de eğlendiren bir tarafı olduğunu belirtmiş; “Tasarlamak, düzyazıyı şiire dönüştürmektir” demiştir (Çetin, t.y). Şekil 43 ve Şekil 44'te Paul Rand'ın X Kuşağı döneminde ürettiği kapak tasarım çalışmalarından örnekler görülmektedir.



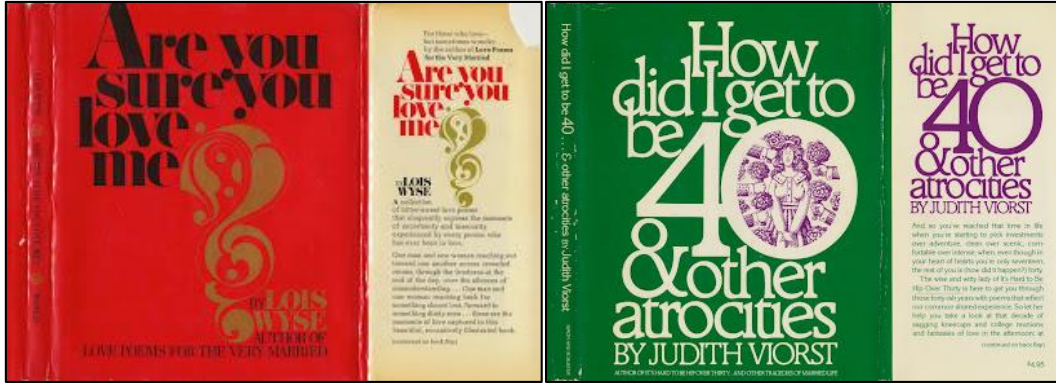
Şekil 43. Thoughts on Design, Paul Rand, Postmedia Books, 1970, kapak tasarımı: Paul Rand (<https://www.amazon.com/-/es/Paul-Rand-Thoughts-Revisado-1970-11-10/dp/B00MNWCNBC>)

Şekil 44. Caligula and 3 Other Plays, Albert Camus, Knopf, 1968, kapak tasarımı: Paul Rand (<https://www.paulrand.design/work/Book-Covers.html>)

4.1.3.3. Herb Lubalin (1918- 1981)

Bazı tasarımcılar, Viktorya dönemindeki tasarım karmaşasına karşı bir tepki olarak ortaya çıkan modernizm hareketini özgürlüklerinin kısıtlanması olarak değerlendirmiş ve 60'lı yıllarda akımın içerdiği mutlak düzen tarzının dışına çıkan deneysel çalışmalara yönelmişlerdir. Bu tasarımcılardan biri de modernist tipografi tarzına tepki vererek deneysel çalışmalar bağlamında önemli eserler veren, deneysel tipografinin öncülerinden olan Herb Lubalin'dir (Eker ve Kızılgındemir, 2022, s. 121).

Sembol ve şekil kullanımından ziyade fontlarla oynayarak logo tasarlayan, Logotype'in babası olarak da adlandırılan Lubalin, aynı zamanda ünlü Avant Garde fontunun da tasarımcısıdır ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022). 1970'lerden sonra tipografi tasarımcısı olarak alanda eserler veren Herb Lubalin, biçim içerik uyumuna önem vermiş, tasarımlarında plastik birer öge olarak kullandığı harfleri yazılı mesaj aktarımının tamamlayıcı unsurları dışında görsel biçimler olarak da ele almış, kelime ve harflerle oynadığı yenilikçi görsel tasarımlar oluşturmuş ve "dışavurumcu tipografi" olarak adlandırdığı tüm bu çalışmalarının "harfler ile tasarlamak" olarak değerlendirilmesi gerektiğini savunmuştur (Ersan, 2021, s. 552-553).



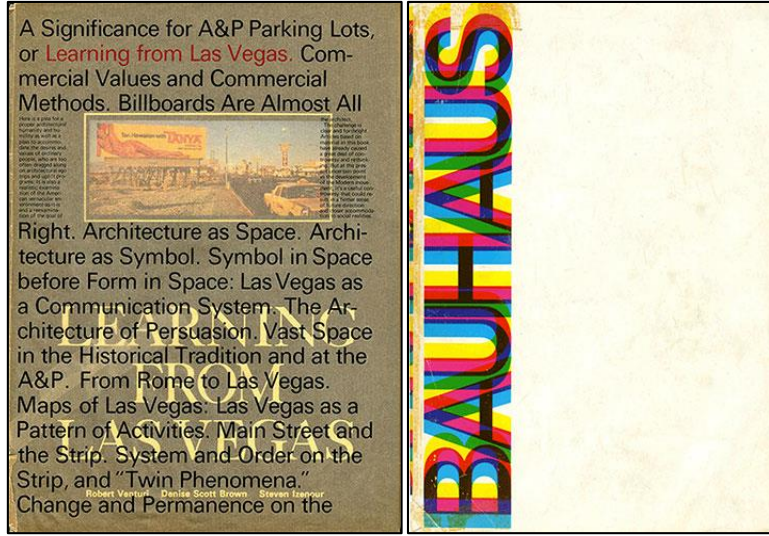
Şekil 45. Are You Sure You Love Me?, Lois Wyse, The World Publishing Co., 1969, kapak tasarımı: Herb Lubalin (<https://alphabettenthletter.blogspot.com/2012/08/creator-herb-lubalin-part-4.html>)

Şekil 46. How Did I Get To Be 40 & Other Atrocities, Judith Viorst, Simon & Schuster, 1976, kapak tasarımı: Herb Lubalin (<https://alphabettenthletter.blogspot.com/2012/08/creator-herb-lubalin-part-4.html>)

4.1.3.4. Muriel Cooper (1925-1994)

Grafik tasarımın bilgisayar destekli tasarım alanında öncülerden sayılan Muriel Cooper'ın, çoğunluğunu kurucusu olduğu MIT'deki Visible Language Workshop'ta (Görünür Dil Çalıştayı) geçirdiği kariyer hayatı boyunca, tasarımlarında görsel olarak kullandığı derinlik kazandırma, hareket algısı yaratma, büyüklük etkisi oluşturma ve odak değiştirme gibi teknikler günümüzde hala dijital tasarım ilkeleri bağlamında alana hizmet etmeye devam etmektedir ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022).

"Otoriter olmayan katılımcı iletişim biçimlerine" önem veren Cooper, "Bilgisayarlar ve Tasarım" adlı makalesinde Z Kuşağı dönemine işaret ederek, bilgisayarlar aracılığıyla gerçekleşecek bir bilgi devriminden ve o devrimden etkilenen sektörde büyük değişiklikler yaşanacağından bahsetmiş; "Bu değişimin sadece küçük bir kısmı tasarım meslek sahiplerinin, eğitimcilerin veya vatandaşların kontrolünde olacaktır. Kendimizi eğitmemiz ve kendini çok yönde gösterecek bu ortamın gelişmesine katılmamız zorunludur" öngörüsünde bulunmuştur (Cooper'dan aktaran Hartnes, 2021).



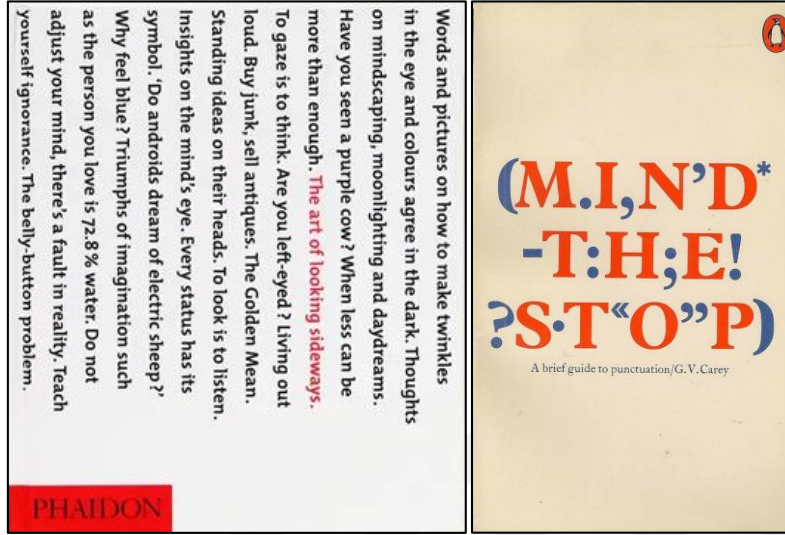
Şekil 47. Learning From Las Vegas, MIT Press, 1972, kapak tasarımı: Muriel Cooper (<https://thereader.mitpress.mit.edu/the-tyranny-of-the-template-the-graphic-design-of-the-first-edition-of-learning-from-las-vegas/>)

Şekil 48. Bauhaus, MIT Press, 1969, kapak tasarımı: Muriel Cooper (<https://www.flickr.com/photos/20745656@N00/374596321/in/photostream/>)

4.1.3.5. Alan Fletcher (1931-2006)

Grafik tasarım eğitimine Londra'da Royal College Of Art'ta başlayıp daha sonra Yale Üniversitesi'nde devam eden, 1962 yılında alanda başarılı dört arkadaşı ile Pentagram'ı kuran, 1983 yılında Uluslararası Grafik Birliği Alliance Graphique International'ın başkanlığını yürüten Alan Fletcher, Pirelli ve IBM gibi dünyaca ünlü pek çok şirket için projeler geliştirmiş bir tasarımcıdır (Poynor, 1991). Çalışmalarında Avrupa geleneği ile yöresel ve sanatsal unsurların meydana getirdiği pop kültürünü bir arada kullanan Fletcher, Bauhaus hareketinden etkilenmiş olmakla beraber, sanatın sanatçıda fikrin oluştuğu veya tasarıma dönüştüğü an yarattığı içgüdüsel zevk tarafına önem vermektedir. Tasarım onun için gün gelecek her şeyi kapsayacaktır (Güven ve Çulha, 2021). Tipografinin gücünü etkili şekilde kullanan tasarımcının renk, vurgu ve tipografiyi kullanma şekli, grafik tasarım alanında o zamana kadar yer etmiş “düzenli tasarım” düşüncesini alaşağı etmiş (“Dünyada Grafik Tasarım”, 2022); tipografiye yüklediği ters anlam, bilgiyi aktarırken izlediği dolaylı yol ve doğru olarak nitelendirilen kabulleri reddeden karşıt yöntemleri ile tasarımlarında ironiye yer vermiştir. Daha çok el çizimlerine önem vermiş olan alanın özgün isimlerinden Alan Fletcher, var olan yazı karakterleri yerine kendi karakterlerini oluşturmayı seçmiş; çizimle yazıyı bütünleştirdiği etkin yapıtlara imza atmıştır (Güven ve Çulha, 2021).

Şekil 49'da Fletcher'in 2001 yılında yayınlanan 'The Art of Looking Sideways' (Yandan Okuma Sanatı) isimli kendi kitabının kapak tasarımı görülmektedir. Şekil 50'de ise sanatçının X Kuşağı döneminde hazırladığı bir kapak tasarımına yer verilmektedir.



Şekil 49. The Art of Looking Sideways, Alan Fletcher, Phaidon, 2001, kapak tasarımı: Alan Fletcher (<https://www.theprintarkive.co.uk/products/2944-art-looking-sideways-alan-fletcher?variant=43483549008049>)

Şekil 50. Mind The Stop, G.V.Carey, Penguin Books, 1977, kapak tasarımı: Alan Fletcher (<https://tr.pinterest.com/pin/275423333440698042/>)

4.1.4. Dünyada Y Kuşağı Döneminde (1980-1999) Eserler Veren Grafik

Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

Berlin Duvarı'nın yıkılması, Doğu Bloğu'nun dağılması ve Sovyetler Birliği'nin çöküşü gibi olaylara tanıklık eden Y Kuşağı döneminde, "İdeolojik bir savaş olan Soğuk Savaşın en devingen taraflarından biri, sanat ve kültür olmuştur. Bu olaylardan sonra dünyanın yörüngesi küreselleşme olarak ifade edilmektedir" (Savaşer, 2023).

Bu dönemde birçok alanda olduğu gibi grafik tasarım alanında da geleneksel yöntemler yerini bilgisayarlara bırakmıştır (Balaban, 2019, s. 47). Çok renklilik, yeni tipografik öğeler ve formatlar, geleneksel kapak tasarımlarını modern bir havaya sokmuş; yayınevleri, grafik kalitesini arttırdıkları alışılmışın dışında yeni görsel kodlar üretmiş; arzulanan bir objeye dönüşen kitapların kapaklarında etkili illüstrasyonlar, estetik tipografi çalışmaları, kabartmalı harfler, elyaf kartonlar kullanılmaya başlanmıştır (Koç ve Yalur, 2022, s. 1959).

1980'lerde yazar kimliği ile tasarımcı kimliğinin bir araya geldiği yeni bir yazar tasarımcı kavramı öne çıkmış; bu karşılıklı iletişim içinde yazar artık tasarıma müdahale edebilen, onu

yorumlayan ve anlamlandıran bir kişiliğe bürünürken tasarımcı da içeriği oluşturmada anlama dahil olan bir kişilik kazanmıştır (Öksüz, 2022, s. 35).

Tasarımlarına Bebek Patlaması ve X Kuşağı dönemlerinde başlayan birçok tasarımcı Y Kuşağı dönemi tasarımcıları ile beraber eserler vermeye devam etmiştir. Bu dönem alana kazandırılan kitap kapağı çalışmalarında ismine rastladığımız tasarımcılar arasında Fred Marcellino, Paula Scher, Chip Kidd, Şekil 51, Şekil 52, Şekil 53'te kapak tasarım çalışmalarından örnekler görülen Michael Bierut, Herbert Matter ve Carin Goldberg'in yanı sıra 1980 yılında Apple ile yaptığı çalışmalar, modern işletim sistemlerinin arayüz tasarımları alanında önemli izler bırakan Susan Kare ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022) de bulunmaktadır.



Şekil 51. Giacometti, Herbert Matter & Mercedes Matter, .Abrams Inc., 1986 , kapak tasarımı: Herbert Matter (<https://herbertmatter.org/welcome/timeline>)

Şekil 52. Speak, Memory, Vladimir Nabokov, Vintage, 1989, kapak tasarımı: Michael Bierut (<https://www.amazon.com/Speak-Memory-Autobiography-Vladimir-Nabokov/dp/0679723390>)

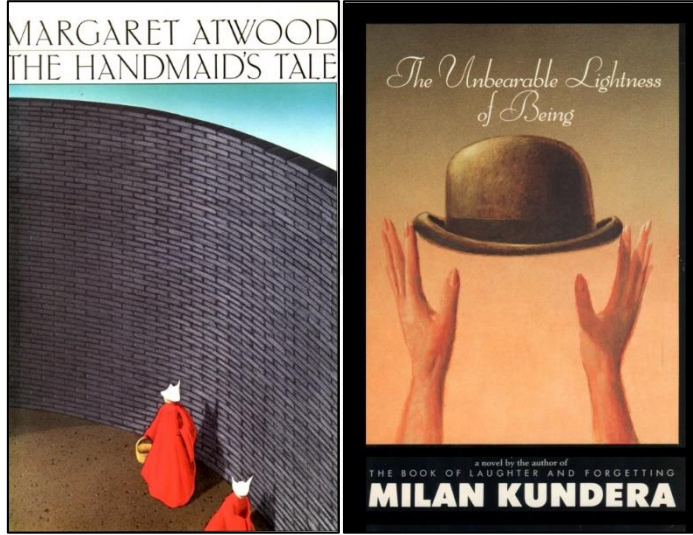
Şekil 53. An Ocean in Iowa, Peter Hedges, 1998, kapak tasarımı: Carin Goldberg (<https://tr.pinterest.com/pin/3307399712843758/>)

4.1.4.1. Fred Marcellino (1939- 2001)

Brooklyn doğumlu Fred Marcellino, Cooper Union'dan 1960 yılında mezun olduktan sonra School of Art at Yale'de (Yale Sanat Okulu) lisansüstü çalışmalarında bulunmuş; 1964 yılında New York'a dönerek mobilya, iç mekân, editoryal illüstrasyonlar ve albüm kapakları tasarladığı ticari işler yapmıştır (Bierut, 2005). 1975 yılında başladığı kitap kapağı

tasarımlarına 15 yıldan fazla devam eden sanatçı, yılda kırktan fazla kapak üretmiş ve 1990 yılında çocuk kitaplarına yönelmiştir (Heller, 2003). “Puss in Boots” çizimleri ile Caldecott Onur Ödülü’nü kazanmış ve “I, Crocodile” kitabı, 1999 yılında New York Times’in “En İyi Resimli Çocuk Kitapları” arasında yerini almıştır (Bierut, 2005).

Anne Tyler, Tom Wolfe, Milan Kundera, Judith Rossner, Margaret Atwood ve Primo Levi gibi yazarlar için hazırladığı kapak tasarımlarında gerçeküstü manzaralar, arka planda egzotik bulutlarla dolu gökyüzü manzaraları, keskin hatlara sahip tipografiler, etki için dramatik ışık kaynakları kullanan Marcellino, “Genellikle erken şafak vaktindeki ve öğleden sonra geç saatlerdeki ışığı pastel tonlarda ve airbrush pürüzsüzlüğünde sunarak gerçeküstü auralar yaratmış; duvar, sandalye ve kapı gibi nesnelerde ışığı manipüle etme biçimiyle sıradan olanı yüklü grafik sembollere dönüştürmüştür” (Heller, 2003).



Şekil 54. The Handmaid's Tale, Margaret Atwood, Houghton Mifflin, 1986, kapak tasarımı: Fred Marcellino (<https://fredmarcellino.com/book-jackets-selected/>)

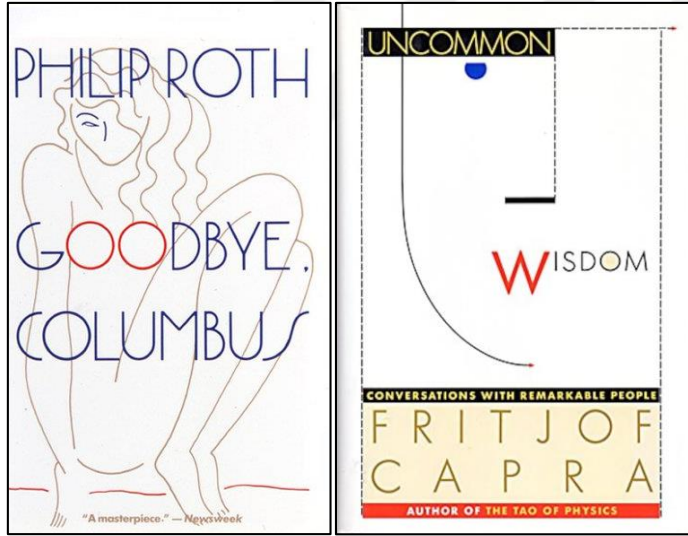
Şekil 55. The Unbearable Lightness of Being, Milan Kundera, Harper & Row 1985, kapak tasarımı: Fred Marcellino (<https://fredmarcellino.com/book-jackets-selected/>)

4.1.4.2. Paula Scher (1948-)

Y Kuşağı döneminde ortaya çıkan Memphis, Retro, New Wave, Grunge, Organic, New Age, Techno gibi akımları takip eden William Longhauser, David Carson, Stefan Sagmeister, Takenobu Igarashi, Neville Brody, Phil Baines, April Greiman ve Jonathan Barnbrook gibi tasarımcılar arasında Paula Scher de bulunmaktadır (Ersan, 2021, s. 551).

Retro estetik ile postmodernist düşünceyi başarılı bir şekilde bir araya getirerek grafik tasarım çalışmalarında uygulayan Paula Scher'in, deneysellik ve çokluk bakış açısı, retro estetiğini modern projelerle harmanlama gayreti, yaratıcı tipografik çalışmalarında kendini göstermektedir (Kaya, 2023, s. 45). Farklı görsel unsurları canlı renkler ve dikkat çekici şekiller ile bir araya getirerek oluşturduğu dinamik düzen, enerjik ve hareketli tasarım atmosferi, hedef kitle ile arasında net, etkin ve özgün bir iletişim dili kurmasını sağlamaktadır. "Basılı, dijital ya da çevresel tasarımlarını eklektik bir yaklaşımla mekânsal veya yüzeysel olarak özelleştirmiştir" (Kaya, 2023, s. 48).

Y Kuşağı döneminde Terry Koppel ile kurdukları ajansta kapak tasarımları yapan Scher, daha sonra ortaklarından olduğu dünyaca ünlü grafik tasarım firması Pentagram'a geçmiştir. Buradaki tasarımcı kimliğini uzun süredir koruyan sanatçı, etkili tasarım teknikleri ile alanda birçok açıdan grafik tasarımın algısını ve uygulama biçimlerini şekillendirmiş ("Dünyada Grafik Tasarım", 2022); farklı endüstri alanlarından firmalar için yaptığı işlerle şirketlerin marka gücünü ve hâlihazırda var olan kimliklerini güçlendirmiştir (Kaya, 2023, s. 48).



Şekil 56. Goodbye Columbus, Philip Roth, HMHBooks, 1989, kapak tasarımı: Koppel & Scher (<https://x.com/pentagram/status/999288412011204608>)

Şekil 57. Uncommon Wisdom, Fritjof Capra, Simon & Schuster, 1988, kapak tasarımı: Koppel & Scher (<https://paulatribute.weebly.com/1984-1991-koppel--scher.html>)

4.1.4.3. Chip Kidd (1964-)

Pensilvanya'da aldığı grafik tasarım eğitiminden mezun olduktan sonra New York'a yerleşen Chip Kidd, 1986 yılında Knopf Yayınevi'nde başladığı iş hayatı ile kitap kapaklarının dünyasına bir daha çıkmamak üzere adım attı. Tipografiye oranla

imgelemelerden faydalandığını; kelimelerden veya başlıktan daha güçlü olarak tanımladığı imgelerle oynayarak okurlara çözülecek bir bulmaca, gerilim yaratan bir macera atmosferi sunduğunu belirten tasarımcı için “Kapağın yapması gereken şey kitabı açmanızı, okumaya ve incelemeye başlamanızı sağlamaktır. Ve o noktada, kitap kendini size satacaktır veya satmayacaktır” (Zevelakis, 2012).

Grafik tasarımı; bir hedefe ulaşmak için form, resim, kelime ve anlamların herhangi bir kombinasyonunu kullanan amaçlı bir planlama ve fiziksel değil beyinsel bir deneyim olarak tanımlayan Chip Kidd’e göre: “Mimarlık, içinden geçmenizi ister. Endüstriyel tasarım, onu takdir etmek için elinizi (veya diğer vücut parçalarınızı) alır. Moda, onu giymenizi sağlar. Ancak grafik tasarım, gözlerinizden zihninize kadar tamamen bir kafa yolculuğudur” (Popova, 2013).

Kidd’in en iyi bilinen ve 1990 yılında yayınlandığı zaman çok ses getiren tasarımı, Şekil 59’da kapak tasarımı görülen Michael Crichton’a ait Jurassic Park kitabına ait tasarımıdır. Tasarımcı Y Kuşağı döneminde başladığı kapak çalışmalarına Z Kuşağı döneminde de başarıyla devam etmektedir.



Şekil 58. Darling, William Tester, Knopf, 1992, kapak tasarımı: Chip Kidd. (Gedik, 2022, s. 134)

Şekil 59. Jurassic Park, Michael Crichton, Knopf, 1990, kapak tasarımı: Chip Kidd (<https://chipkiddappliedresearch.blogspot.com/2014/05/jurassic-park.html>)

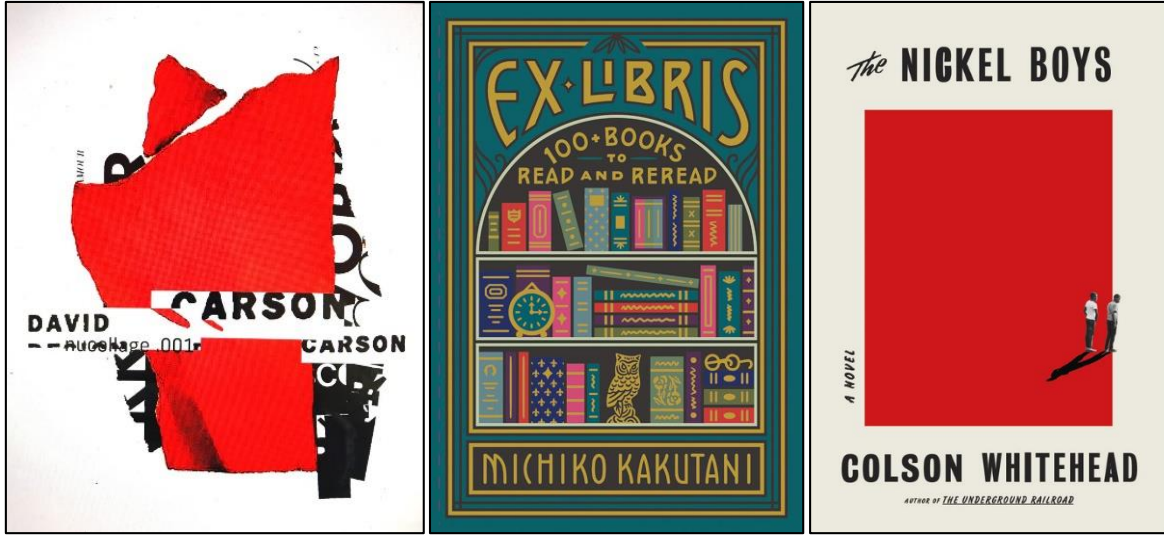
4.1.5. Dünyada Z Kuşağı Döneminde (2000-) Eserler Veren Grafik Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

Z Kuşağı döneminde sanatın şekillenip algılanmasında, önceki kuşaklarda yazılı basından görsel ve işitsel boyuta, daha sonra ise 21.yüzyıl sonunda dijitale evrilmeye başlayan iletişim çağının etkileri görülmektedir. Toplumsal, teknolojik, sosyo ekonomik, psikolojik, kültürel ve düşünsel yapıdaki her türlü değişim ve dönüşüm, yeni yüzyılı nitelendiren unsurlara yeni formlar belirlerken; bazı pratikleri ilk kez deneyimleyen, yerel düzlemde küresel düzleme geçen dünyada artık sanat ve iletişim iç içe geçmiş ve bütünleşmiştir (Savaşer, 2023).

Günümüz sanatçılarının, tüketim odaklı olmaları sebebi ile kalıcı olamadığını ve resmin ticari bir metaya dönüşme tehlikesi ile karşı karşıya olduğunu söyleyen Sıtkı Erinç, Z Kuşağının okur yazar olmayı öncellemediğini, “Estetik anlayışlarını sadece tuval başında iken fark edip, günlük yaşamlarına aktarmadıkça, tutum ve davranışlarına yansıtmadıkça olsa olsa popüler sanatçı olabileceklerini, kalıcı yapıt veren sanatçı olamayacaklarını” ifade ederken (Erinç’ten aktaran Cebriloğlu, 2016, s. 378); Martin Jay ise şekil, yazıtipi ve görsel imgelerin, söylenen kelimelerin anlamlarından ve iletmek istediği mesajlardan çok daha çarpıcı olmasını şaşırtıcı bulduğunu, ileri düzeyde post modern olan yazıların kendilerini post modern görseelliğin çarpıcı etkisinin arkasına gizlediğini düşündüğünü ve bunun kuşaklararası farkla ilişkili olabileceğini söylemektedir. Z kuşağına dair söyleminde: “Genç insanlar bu konuda yaşlılardan daha rahat, belki de bilgisayar oyunlarına ve diğer modern kitle medyasına daha fazla maruz kalmak onları biraz daha görsel yapmıştır” tespitinde bulunmaktadır (Aktaran Poynor, 2014).

Z Kuşağı döneminde tasarlanan kitap kapaklarına bakıldığında alanda çok sayıda tasarımcının başarılı işlerine tanık olunmaktadır. Bu tasarımcılar arasında önceki kuşaklarda ismini duyurmaya başlamış olan David Carson, Peter Mendelsund, John Gall, Brad Norr, Jonathan Barnbrook, Stanley Donwood ve Shepard Fairey gibi isimlerin yanı sıra yeni nesil tasarımcılardan Barbara de Wilde, David Pearson, Kelly Blair, Na Kim, Lynn Buckley, Anna Jordan, Oliver Munday, Dana Tanamachi ve Alex Merto, Joan Wong, Pablo Delcan, Gabriele Wilson, Rachel Adam, Charlotte Strick, Rodrigo Corral, Tyler Comrie, Rodrigo Corral, W.H. Chong, Isabel Urbina Peña gibi isimler de yer almaktadır.

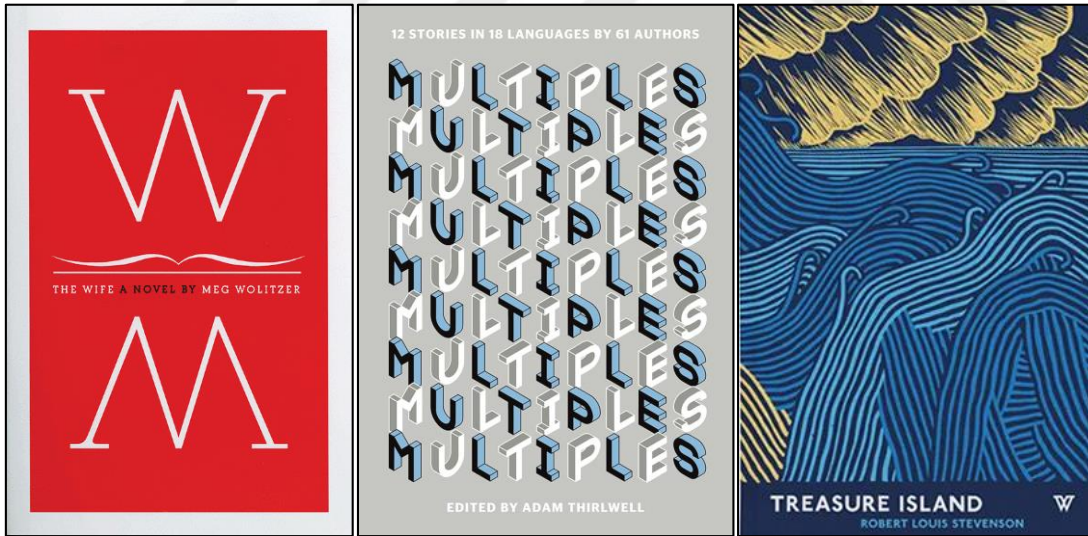
Şekil 60’ta David Carson’a, Şekil 61’de Dana Tanamachi’ye, Şekil 62’de Oliver Munday’a, Şekil 63’te Barbara de Wilde’e, Şekil 64’te David Pearson’a, Şekil 65’te Stanley Donwood’a ait Z kuşağı döneminde tasarlanmış kitap kapağı tasarımları görülmektedir.



Şekil 60. Nucollage, David Carson, Hula, 2019, kapak tasarımı: David Carson (<https://www.davidcarsondesign.com/>)

Şekil 61. Ex Libris, Michiko Kakutani, William Collins, 2020, kapak tasarımı: Dana Tanamachi (<https://www.tanamachistudio.com/3aka39b20lgyfee037chhu64flpdml>)

Şekil 62. Nickel Boys, Colson Whitehead, Fleet, 2019, kapak tasarımı: Oliver Munday (<https://quinto-bookshop.co.uk/product/the-nickel-boys/>)



Şekil 63. The Wife, Meg Wolitzer, Scribner, 2003, kapak tasarımı: Barbara de Wilde (<https://barbaradewilde.com/>)

Şekil 64. Multiples, Adam Thirlwell, Portobello Books, 2013, kapak tasarımı: David Pearson (<https://www.telegraph.co.uk/culture/books/10814653/David-Pearson-his-best-book-covers.html>)

Şekil 65. Treasure Island, Robert Louis Stevenson, White's Books, 2010, kapak tasarımı: Stanley Donwood (<https://www.ipgbook.com/treasure-island-products-9780955881817.php>)

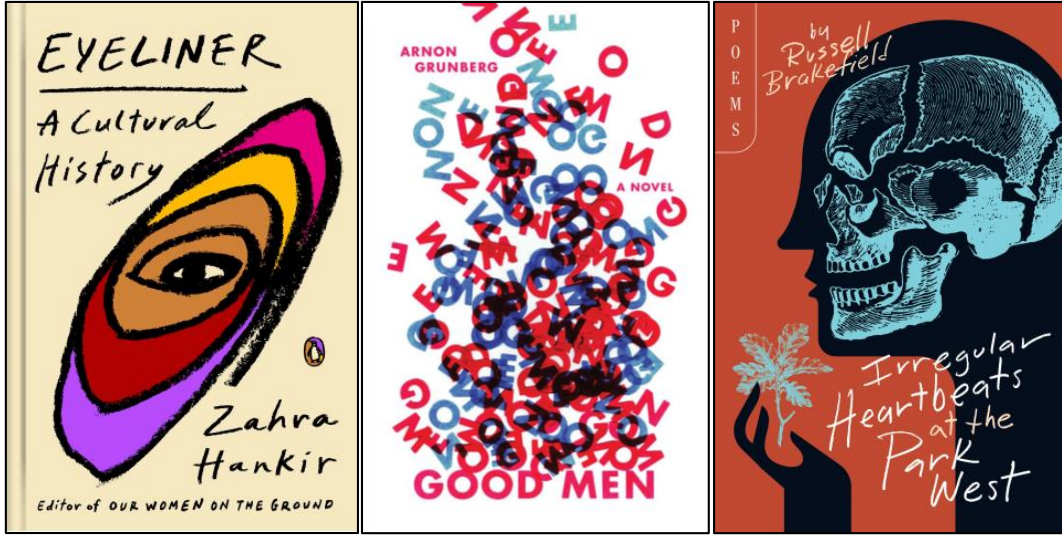
Şekil 66’da Kelly Blair’e, Şekil 67’de John Gall’a, Şekil 68’de Na Kim’e ve Şekil 69, Şekil 70, Şekil 71’de ise 1914’te New York’ta grafik tasarımcılar, yayınevleri, matbaacılar ve illüstratörler tarafından kurularak günümüzde dünya genelinde bir ağa dönüşen AIGA’nın 2023’ün 50 kitap kapağı arasında gösterdiği Lynn Buckley, Anna Jordan ve Brad Norr tarafından tasarlanmış kitap kapakları görülmektedir.



Şekil 66. Landslide, Susan Conley, Knopf, 2021, kapak tasarımı: Kelly Blair (<https://spinemagazine.co/articles/how-to-perfect-your-book-covers-typography>)

Şekil 67. The Great Mistake, Jonathan Lee , Knopf, 2021, kapak tasarımı: John Gall (<https://www.johngalldesign.com/>)

Şekil 68. Pure Colour, Sheila Heti, Straus & Giroux, 2022, kapak tasarımı: Na Kim (<https://www.casualoptimist.com/blog/tag/michael-salu/#jp-carousel-28877>)



Şekil 69. Eyeliner: A Cultural History, Zahra Hankir, Penguin, 2023, kapak tasarımı:: Lynn Buckley (<https://50books50covers.secure-platform.com/a/gallery/rounds/323/details/68599>)

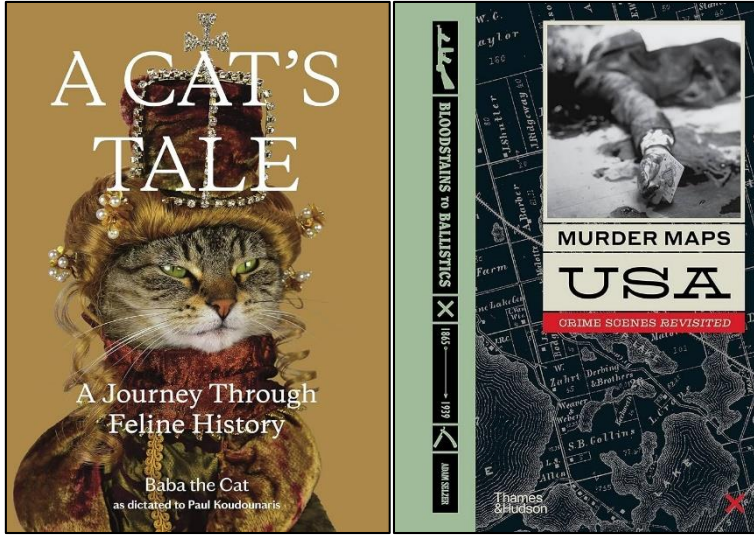
Şekil 70. Good Men, Arnon Grunberg, Open Letter, 2023, kapak tasarımı: Anna Jordan (<https://annatype.com/>)

Şekil 71. Irregular Heartbeats At The Park West, Russell Brakefield, Wayne State University Press, 2023, kapak tasarımı: Brad Norr (<https://www.bradnorrdesign.com/>)

4.1.5.1. Jonathan Barnbrook (1966-)

Saint Martin's ve Royal Collage of Art'ta eğitim alan İngiliz tasarımcı Jonathan Barnbrook, Bastard, Exocet, Moron, Sarcastic ve Infidel gibi yazı tiplerinin tasarımcısıdır. 2000'de yeniden düzenlenen İlk Önce Öncelikler manifestosunu imzalayan tasarımcılar arasında yer alan sanatçı, çevresel ve kültürel krizler üzerine çalışmalar yapmaya önem vermekte, tasarımcılara tasarımlarını piyasanın beklentilerinden özgürleştirmelerini salık vermektedir (Oduncu, 2021, s. 93).

Adnan Tönel'in 2010 yılında kendisiyle İstanbul'da yaptığı röportajda sanatçı, grafik tasarımın amacının mesajı mümkün olduğunca etkin bir şekilde iletmek olduğunu ve bu noktada siyasetle benzerlik gösterdiğini ve hatta bu nedenle her zaman siyasi değişimlerin ana aracı olacağını belirtmiş; toplumlardaki dönüşümlerin, "tasarımcılar da dahil olmak üzere sayısız farklı insanın becerilerini değişimden yana kullanmasıyla oluştuğunu" söylemiş ve tasarıma sadece ticari gözle bakanları fazlasıyla dar görüşlü bulduğunu ifade etmiştir.



Şekil 72. A Cat's Tale, Paul Koudounaris, Henry Holt and Co., 2020, kapak tasarımı: Jonathan Barnbrook (<https://barnbrook.net/projectcategories/books/>)

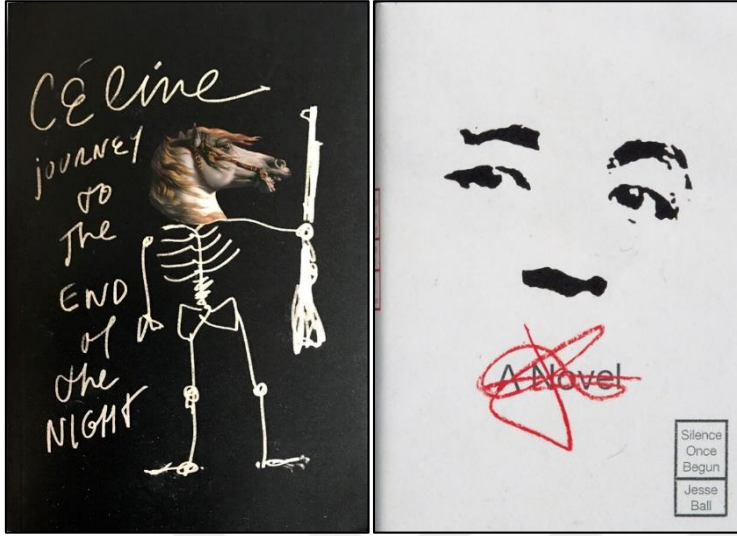
Şekil 73. Murder Maps USA, Adam Selzer, Thames & Hudson, 2021, kapak tasarımı: Jonathan Barnbrook (<https://barnbrook.net/projectcategories/books/>)

4.1.5.2. Peter Mendelsund (1968-)

New York Times tarafından Z Kuşağı döneminin en iyi tasarımcılarından biri olarak tanımlanan, Picture Books'un kurucu ortağı ve Atlantic Editions'ın kuruluşuna öncülük eden, felsefe ve müzik alanlarında eğitim alan, grafik tasarım eğitimi almamasına rağmen alanda yaptığı başarılı çalışmalarla grafik tasarımcı unvanına kavuşan ve bine yakın kitap kapağı tasarlayan (Börekçi, 2015) Peter Mendelsund'a göre “sanatçı kendi seçici algısının süzgecinden dış dünyaya dair bilgiler ve duygular sunan, sanat tüketicisi ise bir eseri izlerken kendi sanat eserini yaratan, onunla hayal kuran kişidir” (Aydın O'dwyer, 2023).

Tasarım sürecinde öncelikle kapak tasarımını yapacağı kitabı muhakkak altını çizerek ve notlar alarak okuduğunu, okuduklarına dair hissettiklerini deneme yanılma metodu eşliğinde duruma göre kolaj, çizim veya tipografi oyunları ile hayata geçirdiğini, içine sinen tasarımın birebir boyutlarda çıktısını alarak kitabı kapladığını ve kaplı kitabı bir süre kütüphanesinin rafında demlenmeye bıraktığını, bu uzaklığın günler sonra tasarımına yeniden göz attığında doğru düzeltmeler ve objektif yorumlar için ona imkan yarattığını belirten Mendelsund (Börekçi, 2015), tasarımcıların editörlerle bir kitabı benzersiz kılan şey hakkında konuşmalar başlatabileceğini, böylece metni doğru şekilde temsil etmek için uygun görsellere sahip olabileceklerini öne sürmektedir (Ünsür, 2020, s.603). Kitap kapağının okura metni sunmak ve satmak şeklinde iki görevi olduğundan bahseden sanatçı için

“Okuduğunuz kitaptan size kalan somut hatıra kapaktır. Kitap biter ama o hep sizinle kalır”
(Börekçi, 2015).

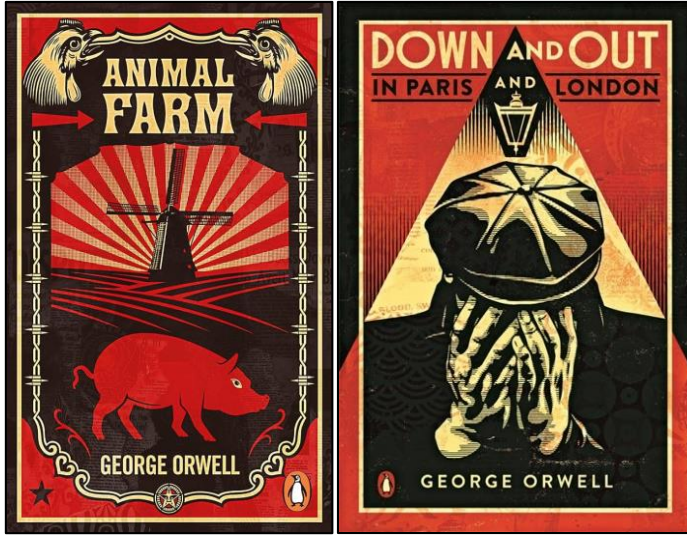


Şekil 74. Celine Journey to The End of the Night, Louis-Ferdinand Céline, New Directions, 2006, kapak tasarımı: Peter Mendelsund (<https://www.petermendelsund.com/covers>)

Şekil 75. Silence Once Begun, Jesse Ball, Text Publishing Company, 2015, kapak tasarımı: Peter Mendelsund (<https://www.petermendelsund.com/covers>)

4.1.5.3. Shepard Fairey (1970-)

Rhode Island Tasarım Okulu eski öğrencisi olan, gençlik döneminin popüler kültürü kaykay ve punk-rock müziğe olan ilgisi ile bilinse de daha çok sokak sanatçısı kimliği ile tanınan Shepard Fairey’in en iyi bilinen ve en çok taklit edilen çalışmaları 2008 Amerika başkanlık seçimlerinde tasarladığı Obama Umut Posterleri ve Obey’dir (“Dünyada Grafik Tasarım”, 2022). Çalışmaları Los Angeles, New York, San Diego, Washington, Richmond ve Londra gibi kentlerin ünlü müzelerinde sergilenen sanatçının, Andy Warhol, Diego Rivera, Alexander Rodtchenko ve Barbara Kruger gibi ünlü sanatçılardan etkilendiği; tüketim, kapitalizm ve dünyada var olan kötülöklere karşı eleştirilerini, tasarımlarında sıkça rastlanan kırmızı, siyah ve dikkat çeken parlak renkleri birer propaganda aracı olarak kullanarak gösterdiği; kolaj tekniği aracılığıyla manuel olarak müdahale ettiği serigrafı baskı ve illüstrasyon çalışmalarıyla dikkat çektiği gözlemlenmektedir (“L’art du collage”, 2020).



Şekil 76. Animal Farm, George Orwell, Penguin, 2008, kapak tasarımı: Shepard Fairey (<https://www.amazon.com.tr/Animal-Farm-George-Orwell/dp/0141036133>)

Şekil 77. Down and Out in Paris and London, George Orwell, Penguin, 2013, kapak tasarımı: Shepard Fairey (<https://www.amazon.com/Down-Paris-London-George-Orwell/dp/0141042702>)

4.2. Türkiye’de Grafik Tasarımın Tarihi ve Kitap Kapakları

Türkiye’de grafik tasarım alanına dahil olan uygulama örnekleri, kadim bir geçmişe ve köklü bir geleneğe sahiptir. Hat sanatının en güzel örneklerini bünyesinde barındıran Osmanlı’da nitelikleri bakımından üst düzey sayılabilecek duvar ve kitap süslemeleri örnekleri mevcut olup; bunlar, Türk grafik sanatının temeli kabul edilmektedir (Tarlakazan, 2011, s. 19). Osmanlı döneminin ilk Türkçe gazeteleri, Türk grafik sanatlarının gelişmesine katkı sağlarken; Osmanlı Devleti’nde tiyatro sanatına kayıtsız kalınmamış olması da tiyatro afişleri aracılığıyla alana katkı sağlamıştır (Tepecik’ten aktaran Yavuz, 2018, s. 1199). 1883 yılında müdürü Osman Hamdi Bey olan ilk Güzel Sanatlar Akademisi, Sanayi-i Nefise Mektebi kurulmuş; “Cumhuriyetin ilanından sonra ise grafik tasarım eğitimi 1933’te, Mithat Özer öncülüğünde Güzel Sanatlar Akademisi’nin afiş atölyesinde başlamıştır” (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 286).

Ebüzziya Tevfik, Osmanlı’da, Tanzimat döneminde, grafik tasarımın Türkiye’deki ilk adımları sayılan girişimlerde bulunmuş, matbaacılık ve yayıncılık alanında yeniliklere imza atmış, ressam, hattat, matbaacı ve yazar kimliklerini bir arada tutmuş, özgün kitap kapakları yapmış, günümüzdeki anlamıyla, tam bir grafik tasarımcıdır. 1887’de Matbaa-i Ebüzziya adını verdiği basımevinde basmaya başladığı, dizi yapıtlarının başlangıcı sayılan

“Kitaphane-i Ebüzziya” kitap dizisi ile bir nevi “kimliklendirmeyi tasarımda kullanmıştır” (Durmaz, 2011, s.22).



Şekil 78. Kitap kapağı tasarımı (Grafik Sanatı dergisinden), 19. yy. sonu (Durmaz, 2011, s.22)

Şekil 79. Kapaklı Şiir ve Hikâye Kitabı, İstanbul, 1336-1920, kapak tasarımı: Ramiz Gökçe (<https://muhtelifmuzayede.com/urun/5333106/tasarim-tarihi-osmanlica-halid-fahri-den-imzali-nusha-grafiker-ramiz-gokce-cizim>)

4.2.1. Türkiye’de Sessiz Kuşak Döneminde (1925-1945) Eserler Veren Grafik Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

“Bir kuşağı anlamak bir dönemi anlamaktır. Bir dönemi anladığınızda ise paradigmanın kıskacına sıkışmaktan kurtulursunuz ve sizin gibi olmayanları kendinize ait yargılarla değil, onlara ait gerçeklerle görmeniz mümkün olur. Bu mümkün olduğunda ise dönüşürsünüz” (Kuran, 2022, s. 129). Türkiye’de grafik tasarım çalışmalarına ve alanda uzmanlaşmaya verilen önem, Cumhuriyet’in ilanından sonra başlamış; 1920’lerde İhâp Hulusi Görey ve Kenan Temizan’ın Türk grafik tasarımının kitap kapağı, basın ilanı ve afiş alanlarında yaptıkları kaliteli ve özgün çalışmalarıyla gelişmiştir (Ketenci ve Bilgili, 2006, s. 286). İlerleyen süreçlerde, alanda Kuzey Avrupa grafiğine karşı gösterilen ilgide, çalışmalarında şema disiplinine bağlı kaldığı görülen bu sanatçıların payı büyüktür (Tansuğ’dan aktaran Kazma, 2015, s. 7).

1928’deki Latin alfabesinin kabulünden sonra baş gösteren ekonomik ve teknik yetersizlikler ile grafik sanatçısı yokluğu gibi sebepler, kitaplarda görsel sanat öğelerinin ön plana çıkarılmasına engel teşkil etmiş; ancak zamanla bu yetersizliklerin giderilmesi ve yetenekli grafik sanatçılarının yetişmesiyle röprodüksiyon ve baskı tekniği olanakları

geliştirilerek kitaplarda görsel sanat öğeleri kullanılmaya başlanmıştır (Ashier, 1975, s. 11). Sessiz Kuşak döneminde dikkat çeken bir diğer unsur, Avrupa kopyası kapaklar olmuştur. “Remzi Yayınları Fransa’daki Gallimard Yayınevinin, Milli Eğitim Klasikleri Cluny Yayınevinin kapaklarını kopya etmiştir” (Kaynardağ’dan aktaran Düz, 2001, s. 74).

Başarılı bir kapak ressamı olarak özgün tasarımlarıyla uzun yıllar birçok kapağa imzasını atan Münif Fehim ve 1930’ların sonlarıyla 1940’ların başlarında verimli bir şekilde çalışan Ali Suavi, Cemal Görkey, Faris Erkman (Düz, 2001, s. 74), Ferit Apa ve Atıf Tuna da İhap Hulusi Görey ve Kenan Temizan’dan sonra bu dönemde eserler vermiş olan grafik tasarım sanatçılarımızdandır. “Özellikle Münif Fehim; renk kullanımı, siyah beyaz taramaların gücü ve güçlü deseni, kişilikli çizgileri ile o dönemde oryantalizmin temsilcisi” olmuştur (Yeraltı, 2007, s. 38). Şekil 80’de Ferit Apa’ya, Şekil 81’de Münif Fehim’e, Şekil 82’de Atıf Tuna’ya ait Sessiz Kuşak döneminde tasarlanmış kitap kapağı tasarımları görülmektedir.



Şekil 80. Okuma Kitabı, T.C. Kültür Bakanlığı, 1932, kapak tasarımı: Ferit Apa (<https://incebellek.com/tr/ara?q=K%C4%B0TAP+KAPA%C4%9EI>)

Şekil 81. Ayaşlı ve Kiracıları, M. Şevket Esendal, Vakit matbaası, 1934, kapak tasarımı: Münif Fehim (<https://www.agahmuzayede.com/en/product/8322368/ayasli-ve-kiracilari-kapak-munif-fehim-cizimi-1934-vakit-matbaasi-459-say>)

Şekil 82. Kibar Hırsız, Turan Aziz Beler, Akay Kitabevi, 1945, kapak tasarımı: Atıf Tuna (<https://www.janusmezat.com/urun/7483754/kibar-hirsiz-muzaffer-aydin-in-agzindan-alip-yazan-turan-aziz-beler-istanbul-a>)

4.2.1.1. Kenan Temizan (1895- 1953)

Birinci Dünya Savaşı döneminde Berlin’de bir süre elçilikte çalışan Kenan Temizan, bu sırada Berlin Akademisi’ne devam ederek Reimanschule’de kumaş desenleri ve afişler

konusunda dersler vermiştir (Özsezgin, 2010, s. 478). 1945 Paris, 1950 Marsilya Türk pavyonlarını düzenlemekle görevlendirilen tasarımcı, Paris’te on iki bin afiş arasından beşinci olurken; 1950’de Birleşmiş Milletler Afiş Yarışması’nın Türkiye aşamasında birincilik, 1951’de NATO’nun düzenlediği uluslararası afiş yarışmasında ise üçüncülük elde etmiştir (Durmaz, 2011, s. 32).

Temizan, yurtdışında yaşadığı zamanlarda daha çok filmler için afişler tasarlar; Türkiye’ye döndükten sonra yurt dışında aldığı eğitimlerin etkilerinin üzerinde görüldüğü afiş ve kitap kapağı çalışmalarıyla çağdaş grafik üslubunu ortaya koymuştur (Balaban, 2019, s. 49). Çalışmalarında gerçekçi bir figüratif çalışmanın egemen olduğu sanatçı, büyük oranda fotoğraftan yararlanmış; “güçlü deseni, renkçi yaklaşımı, seçkin kompozisyon anlayışı, ritmik, akıcı tipografi kullanımıyla çağdaş bir dil yansıtmıştır” (Yeraltı, 2007, s. 44).



Şekil 83. Kenan Temizan’ın kitap kapağı tasarımlarından örnekler (Yavuz, 2018, s.1201)

4.2.1.2. İhap Hulusi Görey (1898- 1986)

Sessiz Kuşak döneminde modern grafik tasarımın öncülerinden olan İhap Hulusi Görey’in Kahire’de başlayan hayatı Almanya’da aldığı eğitimlerle devam etmiştir (Durmaz, 2011, s. 38). 1925 yılında Türkiye’ye döndükten sonra uzun yıllar Milli Piyango ve Tekel’de kurum afişlerini tasarlayan, Akbaba dergisinde Münif Fehim ve Ramiz Gökçe ile beraber çalışan Görey, çalışmalarında vermek istediği mesajı kısa ve net ifadelerle aktaracağı tekniklere yer vermiş; 1970 yılına kadar kullanılacak olan ilk alfabenin kapak kompozisyonunu çizmiştir (Özsezgin, 2010, s. 287).

Aldığı eğitimlerin etkisinde kalarak çizdiği, keskin hatlara sahip olmayan gölgeli resimler ve farklı fotoğraf montajları ile kurguladığı kompozisyonları, titizlik ve sadelikle işlediği eserleri her ne kadar Batılı tarzda olsa da onu hedef kitlesi ile özdeşleştirmiş (Dikmen, 2023, s. 140); Galata Köprüsü, eski İstanbul evleri, seyyar satıcılar, hamallar ve kayıkçılar işlediği konular arasında yer almıştır (Yeraltı, 2007, s. 43).

Mizah dergisi Cem’de altyazılı karikatürleri yayımlanan İhap Hulusi, 1930’lu yıllarda reklam afişi ve kitap kapağı tasarımlarına yoğunlaşmış; ışık gölge karşıtlıklarına dayanan resim anlayışıyla çizdiği insan ve mekân tasvirleri büyük ustalığının uzun soluklu ürünleri olmuştur (Düz,2001, s. 72). Elli yılın üstünde bir dönemin endüstri, kalkınma, ticaret ve sosyal yaşamının oluşum ve gelişimlerine tanıklığını, çoğu taşbaskı yönteminden oluşan çalışmaları ile belgelediği eserleriyle sanatçı, bu kuşağın belleklerinde yer etmiştir (Yeraltı, 2007, s. 43).



Şekil 84. Alfabe, Milli Eğitim basımevi, 1932, kapak tasarımı: İhap Hulusi Görey (Dikmen, 2023, s.142)

Şekil 85. Türk Bağcısının Kitapları, M. Ekrem, Ahmet İhsan matbaası, 1933, kapak tasarımı: İhap H. Görey (<https://phebusmuzayede.com/132111-ihap-hulusi-gorey-kapak-tasarimli-turk-bagcisinin-kitapları-1-asma-nedir-nasil-yasar-m-ekrem-1933-ahmet-ihsan-matbaasi-istanbul-115-sayfa-17x24-cm-.html>)

4.2.2. Türkiye’de Bebek Patlaması Döneminde (1946-1964) Eserler Veren

Grafik Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

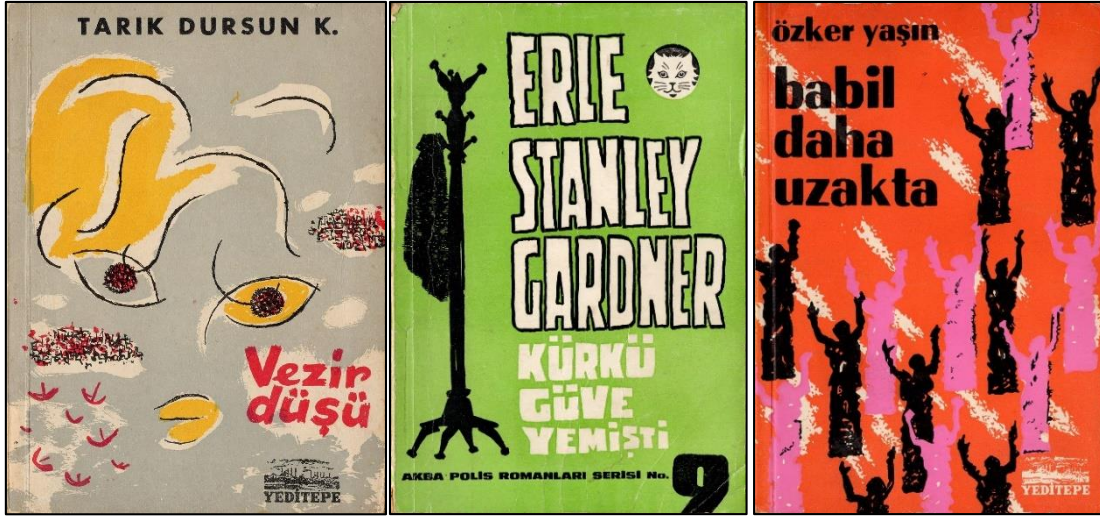
Türkiye’de grafik tasarım alanında 1950’lerde bir Amerikalılaşma sevdası başlamış, Amerikan dergilerinden kesilerek veya kopya edilerek kapaklara uygulanan resim modası

uzun yıllar piyasayı ele geçirerek grafik sektöründe yaşanabilecek gelişmelere engel olmuştur (Düz, 2001, s. 74). Küreselleşme sürecinde kopya bir grafik anlayışının hâkim olduğu bu dönemde, alaylı olarak tabir edilen matbaa ressamı tarafından yapılan kitap kapaklarında, ciddi illüstrasyon ve tipografi uyumsuzlukları, birbirini tekrar eden ve aynı kalıptan çıkmış geleneksel bir hale bürünen çalışmalar görülmesini, bir Türk grafik tasarım anlayışının henüz oturmamış olmasına bağlayan Sait Maden: “Resimle yazı estetik açıdan birbirini tamamlayan, dengeleyen iki öğedir. Kitap kapağı bu iki öğenin uyumuyla kimlik kazanır” demiştir (Bağcıvan, 2019, s. 315).

1960’ dan sonra akademiden mezun olan sanatçıların sayısı artmış, toplumdaki önemli değişim ve gelişmelerle beraber kültürlü, zevk sahibi, yetenekli yeni bir kuşak, yayıncılık ve tasarım hayatına atılmıştır. “Kuşaklar benzer sosyal, siyasal, ekonomik, teknolojik deneyimleri paylaşan, ortak bir tarihsel döneme tanıklık etmiş bireylerden oluşur ve farklı kuşaklararası öğrenme süreci bu zemin üzerinden gerçekleşir. Her kuşak temsilcisinin diğerinden öğrenecekleri vardır ve bu, ortak zamanın paylaşıldığı her an gerçekleşir” (Kuran, 2022, s. 80).

Sait Maden başta olmak üzere, çalışmaları Bebek Patlaması Döneminde başlayıp diğer kuşaklarda devam eden, grafik tasarım alanına katkıda bulunan sanatçılarımız arasında Mesut Manioğlu, Sabiha Rüştü Bozcalı ve isimlerini X Kuşağı döneminde anacağımız Mustafa Aslıer, Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş da bulunmaktadır (Yavuz, 2018, s. 1201).

Bebek Patlaması Kuşağında yer alan işlere bakıldığında özellikle Yeditepe yayınları için çizdiği kapaklarla adından söz ettiren Agop Arad ile beraber başarılı kitap kapakları tasarlayarak adlarını duyuran yeni grafik sanatçıları arasında Metin Eloğlu, Firuz Aşkın, İsa Çelik, Fahri Karagözoğlu, Oral Orhon, Derman Över, Erdoğan Özer, Leyla Uçansu bulunmaktadır (Düz, 2001, s. 75). Şekil 86’da Metin Eloğlu’na, Şekil 87’de Oral Orhon’a, Şekil 88’de Agop Arad’a ait Bebek Patlaması Döneminde tasarlanmış kitap kapağı tasarımları görülmektedir.



Şekil 86. Vezir Düşü, Tarık Dursun K., Yeditepe yayınları, 1957, kapak tasarımı: Metin Eloğlu (<https://incebellek.com/tr/ara?q=K%C4%B0TAP+KAPA%C4%9EI>)

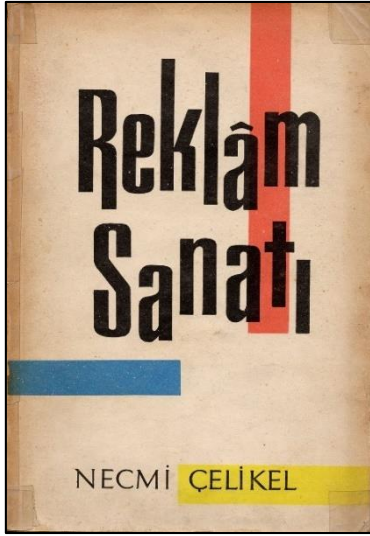
Şekil 87. Kürkü Güve Yemişti, Erle Stanley Gardner, Akba yayınevi, 1963, kapak tasarımı: Oral Orhon (<https://incebellek.com/tr/ara?q=K%C4%B0TAP+KAPA%C4%9EI>)

Şekil 88. Babil Daha Uzakta, Özker Yaşın, Yeditepe yayınları, 1963, kapak tasarımı: Agop Arad (<https://incebellek.com/tr/ara?q=K%C4%B0TAP+KAPA%C4%9EI>)

4.2.2.1. Mesut Manioğlu (1927- 2001)

1944–1949 yılları arasında Devlet Güzel Sanatlar Akademisi’nde okuyan, daha öğrenci iken hocası Kenan Temizan’ın övgüsünü kazandığı (Ünal, 2017, s. 21) Birleşmiş Milletler afiş yarışması ödülünü kazanan, 1951’de İzmir Uluslararası Fuarı’nda Amerika pavyonunu ve 1952’de ise Emlak Bankası pavyonunu düzenleyen, pek çok pul yarışmasında ve 1959 Emlak Bankası amblem yarışmasında ödülleri alan, Kızılay- Verem Savaş Derneği gibi sağlık kurumlarına sosyal içerikli işler hazırlayan Mesut Manioğlu, 1960’lardan sonraki çalışmalarında çoğunlukla fotoğraftan yararlanmıştır (Özsezgin, 2010, s. 367).

Tüm sanat ve tasarım çalışmalarında araştırmacı kimliği etkin bir şekilde gözlemlenen Manioğlu, hiç yurt dışına çıkmamış olmasına rağmen dünyadaki sanat ve tasarım çalışmalarını yakinen takip ederek oradaki örnekleri Türkiye’deki çalışmalarında ülkeye uygun, evrensel bir dil ile aktarmış; Bebek Patlaması Döneminde, Türk grafik tasarımına, sahip olduğu çağdaş grafik değerlerini kullanarak katkılar sunmuştur. Sonraki kuşaklardaki yeniliklere ve teknolojik gelişmelere hızla ayak uyduran ve hatta alanda öncülük eden Mesut Manioğlu’na göre “Tasarımcı, mesafeleri sözel ve biçimsel olarak, simgelerle, eşitleyerek iletendir” (Ünal, 2017, s. 232).



Şekil 89. Reklam Sanatı, Necmi Çelikel, Güzel Sanatlar matbaası, 1958, kapak tasarımı: Mesut Manioğlu (<https://incebellek.com/tr/koleksiyon/443/reklam-sanati-necmi-celikel-kitap-kapagi>)

4.2.2.2. Sait Maden (1932- 2013)

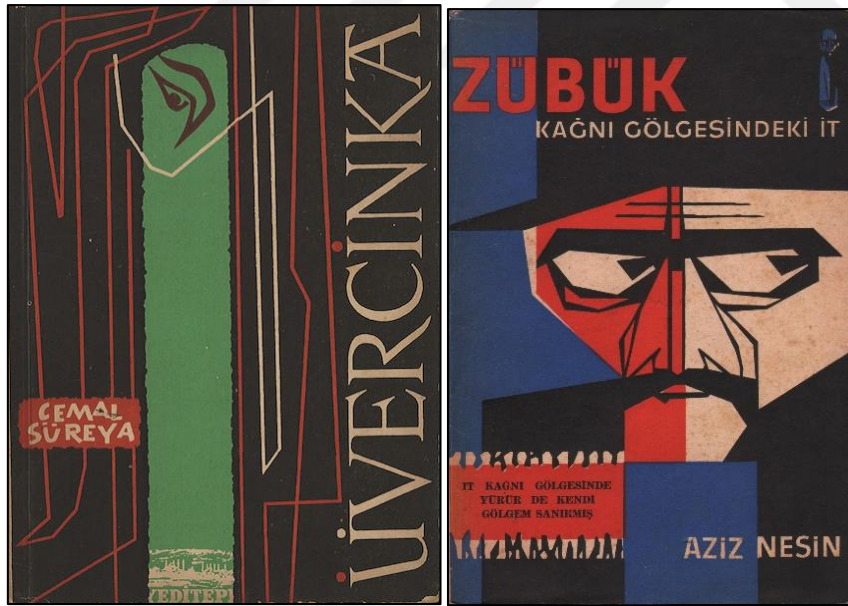
Mesleğine Bebek Patlaması Kuşağı ile başlayıp X, Y ve Z Kuşaklarında da devam eden Sait Maden, kitap kapağı tasarımlarında Türkiye’de en üretken isimlerden biri olup tüm bu süreçler içinde yaklaşık sekiz binden fazla kitap kapağı tasarımına imza atmıştır (Arslan, 2016, s. 76). “Sait Maden’in özellikle kitap kapaklarına getirdiği yenilik, bir çığır açılmışçasına bu alanda çekici örneklerin hızla yayıldığı bir dönem başlatmıştır” (Tansuğ’dan aktaran Kazma, 2015, s. 10).

1949-1955 yılları arasında Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Resim Bölümü’nde Bedri Rahmi Eyüboğlu Atölyesi’ni bitiren; “çağdaş tipografi anlayışını Türkiye’ye getiren grafik tasarımcı” olarak değerlendirilen; logo, süreli yayın, broşür, ambalaj, etiket, kitap ve dergi kapağı tasarımları yapan usta tasarımcı (Durmaz, 2011, s. 143), aynı zamanda çok iyi bir ressam, şair ve çevirmendir. Günümüzdeki yayın hayatlarına Sait Maden’in tasarladığı logoları ile devam eden birçok yayınevi olduğu gibi (Kazma, 2015, s. 12) logo tasarımları ile şiir ve çeviri kitaplarını yayımlamak için sanatçının kendi kurduğu Çekirdek Yayınları da bulunmaktadır (Bağcıvan, 2019, s. 314).

Maden’in kitapların sadece kapak tasarımına değil, iç tasarımına ve boyutlarına kadar her detayı özenle kurgulama çabası takdire şayan bir örneklik teşkil etmektedir. Kaligrafi sanatına olan ilgisi, tasarımlarında özgün yazı karakterleri kullanmasına ve tipografi konusunda hassasiyet geliştirmesine aracı olmuş; estetik donanımı, yaratıcılığı, tasarımcı

kimliğine ek olarak var olan şair kimliğinin ona kazandırdığı şiirsel ses bilgisi, (fonetik) harf anatomisi alanındaki araştırma, bilgi ve tecrübeleri Sait Maden'in simge kullanımındaki başarılarına alt yapı oluşturmuştur (Bağcıvan, 2019, s. 318). Maden'in çalışmalarının başarılı olmasında görsel bir şölene dönüşen estetik kullanımının yanı sıra, izleyicilerin duygusal ve düşünsel derinliklere ulaşmasını sağlayacak etkiyi yaratmada kullandığı metaforik anlatım, sembolizm ve çağrışım dili etkili olmuştur (Erden, 2023.s. 164).

Sait Maden'in kitap kapağı tasarımlarında kullandığı tekniğe bakıldığında eğer bir öykü veya roman üzerinde çalışıyorsa illüstrasyon ve özgün tipografik bir düzenlemeye gittiği, yok eğer bilimsel veya bir şiir kitabı üzerinde çalışıyorsa yalnızca tipografik düzenlemeye gittiği, çalışmalarında geleneksel olanı evrensel tarza dönüştürdüğü görülmektedir (Bağcıvan, 2019, s. 315). Onun kapak çalışmaları bu bağlamda eğitici bir okul niteliğindedir. "Sait Maden bize şunu öğretmiştir: Kitap tasarımında özgünlük tasarımcının da bir düşüncesi olmasından kaynaklanır. Tasarım salt çizgi değildir, yaratıcı düşüncedir; matematiktir, estetik bakış/duyustur, yeniliktir, geleneğin sürekliliğidir, kendini tekrar değildir. Hele hele taklitçilik hiç değildir" (Andaç'tan aktaran Kazma, 2015, s. 12).



Şekil 90. Üvercinka, Cemal Süreya, Yeditepe yayınları, 1958, kapak tasarımı: Sait Maden (<https://www.istanbulmuzayede.com/urun/4082123/uvercinka-cemal-sureya-kapak-sait-maden-yeditepe-yayinlari-istanbul-1958>)

Şekil 91. Zübük, Aziz Nesin, Karikatür yayınevi, 1961, kapak tasarımı: Sait Maden (Erden, 2023.s.165)

4.2.2.3. Sabiha Rüşti Bozcalı (1904- 1998)

1938-1975 yılları arasında, çoğu Bebek Patlaması Dönemine denk gelen bir dönemde, neredeyse kırk yıl illüstratörlük yapan Sabiha Bozcalı, özellikle o dönem Türkiye’sinin erkek egemenliğindeki iş ve sanat hayatında kendine özel bir yer bulmuş ve tarihe “ilk Türk kadın illüstratör” olarak geçmiştir (Durmaz, 2016). Malzeme, teknik, tür, konu, üslup bakımından oldukça zengin içerikte eserler meydana getiren sanatçı, koyu tonlar ve sıcak renklerin baskınlığını negatif yüzeylerle dengeleyerek, kabul görmüş geleneksel desenleri renk ve leke ağırlıklı akademik izlenimcilikle birleştirmiş; bu yolla gerçeği olduğu gibi aktarmaya çalışmıştır (Yakar, 2017, s. 337-338).

Berlin, Münih, Kahire, Paris ve Roma’da çalıştıktan sonra Türkiye’ye dönerek Milliyet başta olmak üzere Yeni Sabah, Hergün, Havadis, Cumhuriyet ve Tercüman gazeteleri için gazete ressamlığı yapan sanatçı (Durmaz, 2016); reklam illüstrasyonları, endüstri üretimini konu alan resimler, mahkeme çizimleri, ansiklopedi ve tarihi eser çalışmaları yanı sıra, 1953-1972 yılları arasında, çoğu Türk tarihini konu edinen on dokuz kitabın kapak ve iç sayfa tasarımına imza atmıştır.

1956’da İngilizceye çevrilen The Turkish Twins (Türk İkizleri) ve 1962’de Orhan Veli’nin Türkçe’ye çevirdiği La Fontaine Masalları, Bozcalı’nın resimlediği çocuk kitaplarıdır. Çoklu renk kullanımını sadece kitap kapakları ile sınırlandırarak iç sayfa illüstrasyonlarını siyah renk tarama çizgileri ile tonlandıran tasarımcının karikatürize portrelerinde üsluplaştırma tekniği kullanırken çocuk kitaplarında tarama çizgileri ile aşırı detaylı bir tasvir ve nesnel gerçeklik yarattığı gözlemlenmekte; onun bu tavrı, hedef kitleye göre tasarım yapmaya özen gösterdiği şeklinde yorumlandığı gibi, basım yöntemlerinde ekonomik maliyetler gereği kısıtlamaya gidilmesinin bir sonucu olduğu da değerlendirilmektedir (Yakar, 2017, s. 344).



Şekil 92. La Fontaine'in Masalları, Doğan Kardeş yayınları, 1948, kapak tasarımı: Sabiha Rüştü Bozcalı (<https://bantmag.com/sabiha-bozcalinin-resim-ve-illustasyonlari-ile-gecmise-yolculuk-mumkun/>)

Şekil 93. Dağlar Kralı, Refi' Cevad Ulunay, Arba yayınları, 1955, kapak tasarımı: Sabiha Rüştü Bozcalı (<https://bantmag.com/sabiha-bozcalinin-resim-ve-illustasyonlari-ile-gecmise-yolculuk-mumkun/>)

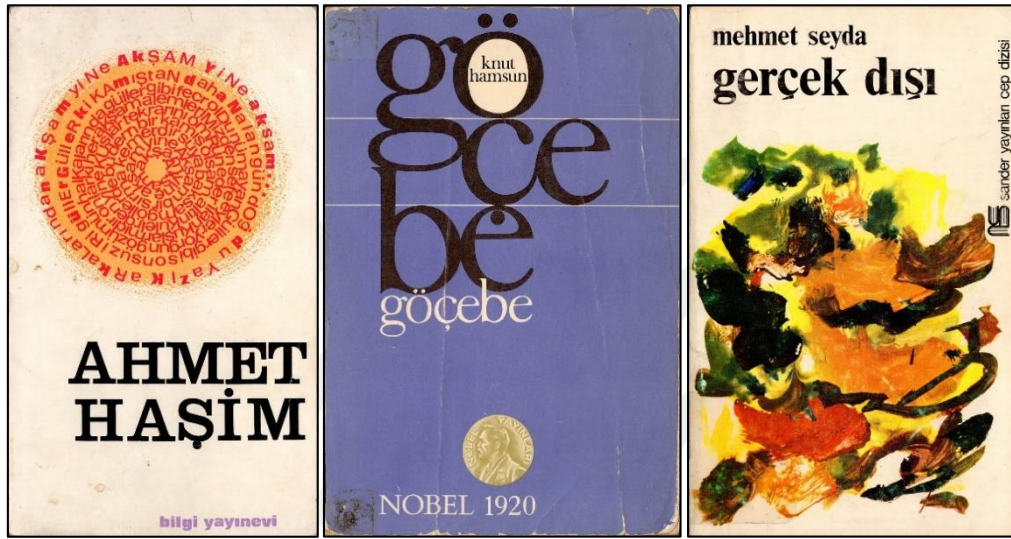
4.2.3. Türkiye'de X Kuşağı Döneminde (1965-1979) Eserler Veren Grafik Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

60'lardan sonra, Türkiye'deki grafik tasarım alanında, batı ülkeleri başta olmak üzere dünyadaki diğer ülkeler ile olan etkileşimin artması, reklam ve pazarlama sahasının büyümesi, basın yayın imkanlarının genişlemesi ile güzel gelişmeler yaşanmıştır (Demir, 2019, s. 394). Bu dönemde motif kullanımı ve üsluplaştırmada bireysel tarz, tutum ve kavrayışları ne kadar farklı olursa olsun grafik sanatçıları, gelişmeye başlayan sosyal, ekonomik ve kültürel hayatın etkilerini çalışmalarına yansıtmışlardır (Kazma, 2015, s. 12).

X Kuşağı döneminde, istenilen harflerin daha çabuk yazılması için çıkartma kolaylığı sağlayan ve sanatçıların işlerini hızlandıran "Letraset" tekniği ortaya çıkmış ancak tekniğin getirdiği mekanik anlayışın yaratıcılığa ket vurduğu fikri hâkim olmuştur (Düz, 2001, s. 75).

Bu dönem renkli fotoğraf kullanımı yaygınlaşmakla beraber (Ünal, 2017, s. 37) illüstratif çalışmalar da hız kazanmıştır. Teknolojinin sağladığı yeni olanaklar ve baskı tekniklerindeki ilerlemeler tasarım olgusunu hızla geliştirmiş; alandaki meslek grupları belirginleşmeye ve aynı zamanda alt dallara ayrılarak uzmanlaşmaya doğru evrilmiştir (Demir, 2019, s. 394).

Bebek Patlaması Döneminde eserler vermeye başlayıp X kuşağı döneminde de eserler vermeye devam eden Mustafa Aslier, Mengü Ertel ve Yurdaer Altıntaş gibi kıymetli isimlere bu yıllarda Sungu Çapan, Ozan Sağdıç, İnci Tuğsavul Özgüden, Ayhan Erer, Erkal Yavi, Aydın Ülken ve Mehmet Aksel gibi tasarımcılar eklenmiş ve nihayet “Batılı anlamda bir grafik tasarım ortamından söz etmek” mümkün hale gelmiştir (Durmaz, 2013, s. 19). Şekil 94’te Ozan Sağdıç’a, Şekil 95’te Ayhan Erer’e, Şekil 96’da Mehmet Aksel’e ait X kuşağı döneminde tasarlanmış kitap kapağı tasarımları görülmektedir.



Şekil 94. Ahmet Haşım, Şerif Hulûsi, Bilgi yayınevi, 1967, kapak tasarımı: Ozan Sağdıç (<https://incebellek.com/tr/ara?q=K%C4%B0TAP+KAPA%C4%9EI>)

Şekil 95. Göçebe, Knut Hamsun, Nobel yayınları, 1967, kapak tasarımı: Ayhan Erer (<https://incebellek.com/tr/ara?q=K%C4%B0TAP+KAPA%C4%9EI>)

Şekil 96. Gerçek Dışı, Mehmet Seyda, Sander yayınları, 1976, kapak tasarımı: Mehmet Aksel (<https://incebellek.com/tr/ara?q=K%C4%B0TAP+KAPA%C4%9EI>)

4.2.3.1. Mustafa Aslier (1926- 2015)

1946-1949 yılları arasında Gazi Eğitim Enstitüsü Resim-iş Bölümü’ndeki eğitiminin ardından Matbaacılık Meslek Lisesi’nde grafik- resim öğretmenliği yapan Mustafa Aslier, 1953-1954 yıllarında Münih Güzel Sanatlar Akademisi’nde tipografi alanında çalışmalar yapmış, 1954-1958 yılları arasında ise Stuttgart Güzel Sanatlar Okulu’nu okumuştur (Yavuz, 2018, s. 1202). 1958 yılında yurda döndükten sonra, 1957 yılında İstanbul’da Alman Bauhaus modeli örnek alınarak kurulan, Türk sanayisindeki renk, biçim ve desen problemlerine çözümler üretmesi beklenen Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu’nun grafik bölümünde akademisyenlik yapmıştır (Bozkurt ve Çubukçu, 2018, s. 967).

Mustafa Aslier'in afiş, broşür, kitap kapağı, logo, yazıtipi tasarımları ve resimlemelerden oluşan eserleri; özgün nesnellik içeren, görsel amaçlı araştırmalar ve işlevsel amacı bulunan grafik üretimler olarak iki grupta değerlendirilebilir (Yavuz, 2018, s. 1202). Sanatçının kendine özgü, metal gravür şeklindeki siyah beyaz ve renkli baskı resimleri; yöresel özelliklerdeki figürlerin geometrisine bürünmüştür ve bu tekniğin ilk örnekleri olarak gösterilmektedir. Anadolu'ya ait bu figürler, yığma bir geometrik düzen içinde birbirini bütünlerken; çalışmalarda ayrıntılar, çizgi özellikleri ve açık koyu renk dengeleri öne çıkmaktadır. Aslier, süse kaçtığını düşündüğü fazla simgecilikten uzaklaşmak adına, figürlerini çıplak resmetme yoluna gitmiş; figürleri, salt formlarıyla bağını koparmaksızın soyutlayarak mekânın geometrik yapısını korumuştur (Uzun ve Akalan, 2023, s. 162-163).



Şekil 97. Yanık Çocuklar Koçaklaması, Fazıl Hüsni Dağlarca, 1975, kapak tasarımı: Mustafa Aslier (<https://evvel.org/yanik-cocuklar-kocaklamasindan-fazil-husnu-daglarca-resimler-mustafa-aslier>)

4.2.3.2. Mengü Ertel (1931–2000)

İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi'nden mezun olduktan sonra başladığı iş hayatı çoğunlukla afişler üzerine olan; Münih, Amsterdam ve Varşova müzelerinde afişleri bulunan Mengü Ertel, Uluslararası Cannes Sinema Afişleri Sergisi, Uluslararası Paris Sinema Afişleri Sergisi, Moskova Olimpiyat Oyunları Afiş Yarışması ve İhap Hulusi Afiş Yarışması gibi birçok ulusal ve uluslararası yarışmada ödülleri kazanmış; çalışmalarında, eserin iletişimsel yönünü vurgularken kaynağa-içeriğe ait sanatsal mesajla uyumlu, özgün bir estetik biçim oluşturmaya çalışmıştır (Özsezgin, 2010, s. 223-224). Art Nouveau tarzından esintiler taşıyan yağlı pastel ve sulandırılmış çini mürekkebiyle hazırladığı çizgisel

çalışmaları onu, “amaçlı bir çizginin ve mesajla yüklü bir duyarlılığın adamı” kılmış; “sokak reklamcılığında yozlaşmaya yol açan tekdüzeliği aşmada, kendi çevresine ışık tutacak bir etkinlik” göstermesini sağlamıştır (Yeraltı, 2007, s. 45).

Grafikerlerin fazla satış odaklı, ticari kaygı güden piyasa şartları sebebiyle özgür olamamasından, farklı kültürlere sahip hedef kitlelerin ve işverenlerin beğeni düzeyleri ve isteklerine katlanmak zorunda olmalarından, eserlerinde sanata daha çok ağırlık verememelerinden şikâyet eden Ertel: “Yazar, yayıncı ve okuyucu üçgeninin beğeni düzeyi yaratımın en güzel örneklerinin filiz vereceği bir ortamdır. Bir grafikerin başarılı olabilmesi tüm sanat dallarında yaratımını besleyecek, onu coşkuya götürecek yapıtları izlemesi ve yaşadığı çağın kültürel ve sosyal yapısını iyi tanımasıdır” demiştir (Düz, 2001, s. 164).



Şekil 98. Pir Sultan Abdal, Erol Toy, İzlem yayınları, 1970, kapak tasarımı: Mengü Ertel (<https://sanat.ykykultur.com.tr/sergiler/mengu-ertel#>)

Şekil 99. Koca Denizde İki Nokta, Zeyyat Selimoğlu, Remzi kitabevi, 1973, kapak tasarımı: Mengü Ertel (<https://sanat.ykykultur.com.tr/sergiler/mengu-ertel#>)

4.2.3.3. Yurdaer Altıntaş (1935-2019)

1957’de İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi’nden mezun olan Yurdaer Altıntaş, reklam ajanslarına bağlı olarak çalışmaktansa bağımsız işler yapmayı tercih etmiş, 1964’te Türkiye’nin ilk grafik tasarım sergisini kendi kişisel sergisi olarak açmış, 1968’de Grafik Sanatçıları Derneği’nin kurulmasında öncülük etmiş (Özsezgin, 2010, s. 53), Nasreddin Hoca, Karagöz, Dede Korkut efsanelerini resimleyerek kendisinden önce hiçbir grafik sanatçısının üzerinde çalışmadığı Türk folkloruna eğilmiş (Altıntaş, 2020) ve bu çalışmaları yabancı ülkelerde yayımlanmış usta grafik sanatçılarımızdandır.

İllüstratif bir bakış açısıyla büyük lekeler, kalın konturlar, stilize figürler ve renk ögesini etkili bir biçimde kullanan Altıntaş, eserlerinde vermek istediği mesajları Kibele, ağaç, hilal, güneş, yıldız, çiçek ve kalp gibi sembollerle simgeci bir anlatım tarzı ile vermiş; “dışavurumcu bir tarzda ve resimlemeci bir yaklaşımla” kendine ait özgün bir tasarım dili geliştirmiş; tipografi ve illüstrasyonun dengeli birlikteliği ve hatta yer yer tipografinin illüstrasyon olarak değerlendirilebileceği çalışmalar yaparak tasarım dilini zamanla yenileyen bir sanatçı olmuştur (Yayan ve Canbolat, 2018, s. 267). PTT, İstanbul Film Festivali, Avni Dilligil Tiyatrosu ve GMK gibi kuruluşların açtığı yarışmalarda birçok ödül kazanan sanatçı, Uygulamalı Endüstriyel Sanat Yüksek Okulu ve Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi’nde öğretim görevlisi olarak yer almıştır (Özsezgin, 2010, s. 53).



Şekil 100. Kezban, A. Turan Oflazoğlu, Kent yayınları, 1967, kapak tasarımı: Yurdaer Altıntaş (<https://incebellek.com/tr/koleksiyon/266/kezban-allahin-dedigi-olur-kent-yayinlari-kitap-kapagi>)

Şekil 101. Fadik Kız, Orhan Asena, Kent yayınları, 1966, kapak tasarımı: Yurdaer Altıntaş (<https://www.modamuzayede.com/en/product/867623/kitap-1966-istanbul-orhan-asena-fadik-kiz-kapak-yurdaer-altintas>)

4.2.4. Türkiye’de Y Kuşağı Döneminde (1980-1999) Eserler Veren Grafik

Tasarım Sanatçıları ve Kitap Kapağı Çalışmaları

Grafik tasarım alanındaki esas gelişmeler Y Kuşağı döneminde, yani 1980’lerden sonra yaşanmıştır. Evvelce kurulmuş olan Grafik Sanatçıları Derneği devam ettirilememiş ve yerini 1978 yılında Grafikerler Meslek Kuruluşu almıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan aktaran Kzma, 2015, s. 14). “Genç kuşakların yaşlı kuşaklara göre farklı iş yapma biçimleri toplumun değiştiğini gösterir. Kuşaklarla ilgili bir diğer sosyolojik gerçek sosyalizasyon

sürecidir. Sosyalleşme aktarımının içinde gerçekleştiği, eski ve yeni kuşakları bir araya getiren dayanışmanın ya da çatışmanın ortaya çıktığı süreçtir” (Canatan, 2022, s. 41).

Uluslararası markaların yurtdışı tasarımı ürünlerini yerel pazarda kabul ettirme ve daha çok satma amacına istinaden; birçok yerli reklam ajansı ile uluslararası reklam ajansı arasında ortaklık sözleşmelerinin yapıldığının görüldüğü bu dönem, amblem ve logolar başta olmak üzere, grafik tasarım çalışmalarında eskiye oranla siyah beyaz kullanımı azaltılarak çok renkliliğe gidilmiş, kısıtlayıcı katı geometrik formlardan vazgeçilmiş, baskı teknolojilerindeki avantajlarla fotoğraf kullanımı çoğaltılmış, farklı tarzda yazı karakterlerinin kullanılmaya başlanmasıyla yazı blokları tasarımın önemli bir parçası haline gelmiştir (Balaban, 2019, s. 50-51).

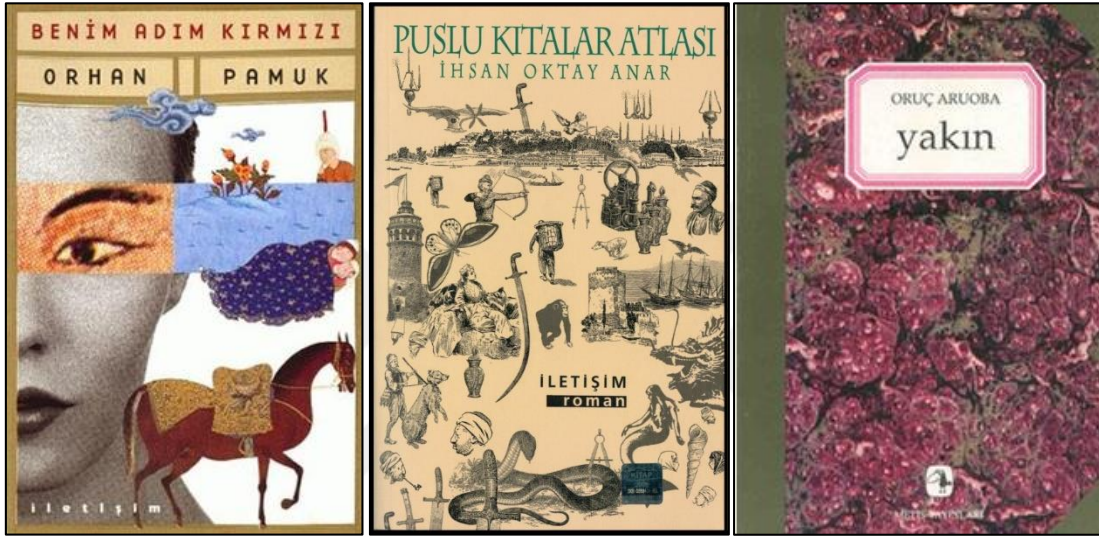
Teknolojinin hayatta etkin rol almaya başladığı, dijital alandaki yeniliklerin doğal olarak yayıncılık hayatına da hızlı bir giriş yaptığı 1990 sonrası kitap ve kitap kapağı tasarımları, bilgisayar destekli çalışmalara dönüşmüştür (Kazma, 2015, s. 14). Ancak dönemin geçişe ayak uydurması biraz sancılı başlamış; örneğin 1991 yılında Grafikerler Meslek Kuruluşu’nun sergilerinde yer alan Kitap Kapağı Tasarım Bölümü’ne sadece dört iş katılmış ve bu durum yayıncıların ekonomik bir krizin içinde olduğu fikrini doğurmuştur (Düz, 2001, s. 80). “Her kuşağın değerleri, tavırları ve beklentileri, yaşam deneyimlerini şekillendiren sosyoekonomik ortama göre değişiklik gösterir” (Strauss ve Howe’dan aktaran Kuran, 2022, s. 37).

Yazarların yazdıkları kitabın kapak tasarımına dair söz hakkının olmadığı, kapak tasarımında sadece ön kapak illüstrasyonuna önem verilip sırt ve arka kapağın tasarıma dahil edilmediği, tipografinin hak ettiği değeri henüz göremediği ve önemsenmediği (Düz, 2001, s. 80) Y Kuşağı döneminde, önceki kuşakta ismini andığımız Sait Maden, Mustafa Asher, Mengü Ertel, Yurdaer Altıntaş gibi isimler yanında, grafik sanatların her dalında başarılı ürünler veren Sadık Karamustafa, Cemalettin Mutver (Yeraltı, 2007, s. 47), Bülent Erkmen, Ayşegül İzer, Emrah Yücel, Necati Abacı, Gürbüz Doğan Ekşioğlu, Namık Kemal Sarıkavak, Selahattin Ganiz (Balaban, 2019, s. 52), Erkal Yavi, Hakkı Mısırlıoğlu, Ümit Kıvanç, Suat Aysu, Semih Sökmen, Mehmet Ulusel gibi isimler de önemli eserler üretmiştir.

Farklı yaş gruplarına mensup bu tasarımcılar, Y kuşağı döneminde, aynı sahada, teknolojiye birlikte ayak uydurarak başarılı işler çıkarmıştır. Bazı araştırmalarda görülmüştür ki farklı kuşaklardaki bireyler teknolojinin önemi konusunda hemfikirdirler; “sanıldığının aksine eski

kuşak temsilcilerinin teknolojiye bir direnci bulunmamaktadır” (Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s. 78).

Eserlerini daha çok Z Kuşağı döneminde gördüğümüz Savaş Çekiç, Emre Senan, Geray Gençer ve Ethem Onur Bilgiç de Y kuşağı döneminde adını duyurmaya başlayan tasarımcılardandır. Şekil 102’de Hakkı Mısırlıoğlu’na, Şekil 103’te Ümit Kıvanç’a, Şekil 104’te Semih Sökmen’e ait Y Kuşağı döneminde tasarlanmış kitap kapağı tasarımları görülmektedir.



Şekil 102. Benim Adım Kırmızı, Orhan Pamuk, İletişim yayınları, 1998, kapak tasarımı: Hakkı Mısırlıoğlu (<https://www.hepsiburada.com/benim-adim-kirmizi-orhan-pamuk-pm-kiletisim0006>)

Şekil 103. Puslu Kıtalar Atlası, İhsan Oktay Anar, İletişim yayınları, 1995, kapak tasarımı: Ümit Kıvanç (<https://www.nadirkita.com/puslu-kitalar-atlasi-1-baski-ih-san-oktay-anar-kitap37809510.html>)

Şekil 104. Yakın, Oruç Aruoba, Metis yayınları, 1997, kapak tasarımı: Semih Sökmen (<https://www.nadirkita.com/yakin-1-baski-oruc-aruoba-kitap29268419.html>)

4.2.4.1. Bülent Erkmen (1947-)

1972 yılında Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Grafik Sanatlar Bölümü’nü tamamlayan, Devlet Film Arşivi Genel Sekreterliği ve Grafikerler Meslek Kuruluşu (GMK) yönetim kurulu üyeliği görevlerinde bulunan (Demirkıran, 2022, s. 55) Bülent Erkmen, tasarımlarıyla X Kuşağı döneminde adından söz ettirmeye başlamış, Y kuşağı döneminde Türkiye’nin çağdaş grafik tasarım alanının en önemli temsilcileri arasına girmiş ve Z Kuşağı döneminde de başarılarını devam ettirerek, tecrübelerini yeni nesillere aktarmaya devam etmiştir.

Yaptığı amblem, broşür, pul, duvar panosu, kitap ve dergi kapağı gibi grafik tasarım çalışmalarında herkesin anlayamayacağı derinlikteymiş izlenimi yaratan biçimlerden insanlara tanıdık gelen, her zaman biliniyormuş hissi yaratan, yalın bir dil kullanmayı tercih eden sanatçı, grafik tasarım tarihimizin mihenk taşlarından (Yeraltı, 2007, s. 46). Erkmen, tasarım ile form arasındaki ilişkinin tüketicinin algısında zamanla var olabilecek değişimlere göre yeniden şekillenebileceğinin ve hedef kitledeki bireylerin farklı ifade biçimlerinin getirdiği çoğulcu anlayışı tasarım üretimine yansıtmak gerektiğinin altını çizerek modernist tasarım anlayışındaki form algısı ile kendi oluşturduğu form algısı arasında tüketici birey ve zaman odaklı bir ayırım yapılmasına imkân vermektedir (Demirkıran, 2022, s. 56).

Sanatçının ilk çalışmalarında sıklıkla kullandığı fotoğraflık ve hazır imgeler, yerini son dönem çalışmalarında teknolojik ortamda hızla biçimlenen, amaca uygun, çok çeşitli dijital imgelere bırakmıştır (Yeraltı, 2007, s. 46). Başarısız bir grafik sanatçısının başarılı bir kitap kapağı yapamayacağını, grafik sanatlar alanında başarının rastlantı sonucu gerçekleşmesinin mümkün olmadığını belirten sanatçının üç kuşaktır topluma kazandırdığı çok sayıda kitap kapağı mevcuttur. Üst düzey illüstrasyonlara, desenlere, çizimlere rağmen genellikle sanat yönetmenliği, grafik düzenleme, tipografi eksikliği sebebiyle başarısız kitap kapakları yapıldığından bahseden (Düz, 2001, s. 163-164) Bülent Erkmen’e göre “Editör elindeki ham malzemeyi işler, bir ürün haline getirir, bir editoryal koreografi yapar. Tasarımcı da bu ruhu görünür hale getirecek, bu ruhun bedenini ortaya çıkaracaktır” (Erkmen’den aktaran Akengin ve Şohoğlu, 2021, s. 263).

Kitap kapaklarıyla kendisi arasındaki ilişkiyi tanımlarken “Kitap kapağı benim için, kitabın içindekinin bir işaretidir. Kitabın içindekini kapakta anlatmam, kitabı kapağında hikâye etmem. Kitabın içinden çıkan değil, kitabın dışından gelen ve kitabı zenginleştiren bir şeydir kitap kapağı benim için” (Erkmen’den aktaran Arslan, 2016, s. 76) diyen sanatçı, kitap kapağı ile okurlar arasındaki ilişki içinse “Kitapla girilen ilişkide tutma, dokunma, hatta koklama bile vardır. O nedenle kitabın boyutu, cilt biçimi, sayfaların özellikle kapağın - çünkü elle tutulan kapaktır- kâğıt cinsi bu ilişkide –kitap/okur ilişkisinde- tarif edici özellikler taşır” (Erkmen’den aktaran Kazma, 2015, s. 18) demiştir.

Kitap kapağı alanında üretkenliği ile tanınan Bülent Erkmen’in Y Kuşağı döneminin başlangıcından günümüze kadar “postmodernizmin katmanlı okuma yapısı ve çoğulculuğu ile kişisel tasarım anlayışı arasında” kurduğu bağ, grafik tasarım tarihinde önemli bir yer tutmaktadır (Demirkıran, 2022, s. 58).



Şekil 105. Erzurum Yolculuğu, Aleksandr Puşkin, Yazko, 1982, kapak tasarımı: Bülent Erkmen (https://www.kitantik.com/product/Erzurum-Yolculugu-Maca-Kizi-Misir-Geceleri_1br9qfwlyy85m8e1u7i)

Şekil 106. Duo, Ferit Edgü, Ofset yapımevi, 1996, kapak tasarımı: Bülent Erkmen (https://www.mimarizm.com/etkinlikler/sergiler/tasarimcinin-notu_138254)

4.2.4.2. Erkal Yavi (1942-)

İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi İç Mimarlık Bölümü mezunu olan Erkal Yavi, kurum ve konsept kimliği tasarımları, faaliyet raporu tasarımları, kitap/ dergi/ katalog/ sergi kataloğu kapak tasarımları, reklam afişi, tiyatro oyun afişi, toplumsal kuruluşlar için afişler yapmış; X Kuşağı döneminden başlayarak sadece Türkiye'deki yayınevlerine ait kitap kapaklarını değil Yunanistan'daki Ellkines-Eksodeis Yayınevi'nin Türk yazarlara ait kitaplarının kapak tasarımlarını da tasarlamıştır (Arlı, 2019, s. 3-6). Meslek hayatı boyunca aldığı onlarca ödülün yanı sıra 1999 Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri tarafından “Zirvedekiler Onur Ödülü” ne layık görülmesi, onun, başarılarını Z Kuşağı dönemine de taşıyacağının işaretlerinden olmuştur.

Erkal Yavi, afiş ve kitap kapaklarındaki vurucu ve uyarıcı etkiye sahip ifade olgularına dair biçim araştırmaları yapan genç kuşak grafik sanatçıları, olumlu neticeler alabilecekleri denemelere yönlendirmekte (Tansuğ'dan aktaran Arlı, 2019, s. 131); sanatçı kişiliği, mesleki yönü ve çokça takip edilen tasarımları onu, akademik yayınlarda ismi anılan, mesleki etkinliklerde görüşlerine danışılan, çalışmaları eğitim materyali olarak kullanılan bir tasarımcı kılmaktadır (Arlı, 2019, s. 131). Uzun yıllar fotoğrafçılık ile ilgilenen Erkal Yavi'ye göre afiş, kitap kapağı gibi tasarımlar, toplumu görsel anlamda eğiten ve bunu yaparken verdiği mesajlarla toplumun var olan algısını değiştiren ya da algısına katkı sunan

araçlardır (Arlı, 2019, s. 17). “Salt görsel etkinin tutsağı olmak, grafikeri biçimciliğe iter ve orada kalır. Şu unutulmamalıdır ki, her tür grafik ürününün en önemli ögesi, geniş kitlelerle iletişim sağlayabilmesidir. Ancak o zaman işlevini yerine getirmiş ve eğitim aracı olmayı başarmıştır” (Düz, 2001, s. 166).

Tasarım ürünü kitap kapağıysa kitabı okumanın, kurum kimliği ise kurumu tanımanın, reklamı yapılacak bir nesne ise nesnenin ait olduğu firmayı tanımanın, kısaca tasarım ürününün kavranması gerektiğinin önemine vurgu yapan Yavi’ye göre iyi bir tasarımcı; desen çizebilen, kâğıt, kalem ve boyayla tasarım yapabilen, bilgisayar programlarını sadece bir tasarım aracı olarak kullanan kişidir ve teknolojiye sırtını yaslayıp yaratıcılığını arka plana atmaz. Tasarımcı, Z Kuşağı’na mensup tasarımcı adaylarının tasarım programlarında yer alan hazır kalıpları kullanmak suretiyle sıradan ve özelliksiz ürünler ortaya çıkarmasından ve bu tür dijital tasarımların tek bir makineden çıkmış, aynı tip işlere sebebiyet vermesinden duyduğu rahatsızlığı dile getirmektedir (Arlı, 2019, s. 14).

1964'ten 2004 yılına kadar Aziz Nesin'in Adam Yayınları'ndan çıkan bütün kitaplarının kapaklarını tasarlayan Erkal Yavi, kapağı yapılacak kitabın okunmadan tasarımının yapılmasını doğru bulmadığının, bazı zorunlu hallerde bunun ancak yazarın ve bakış açısının bilinmesi koşulu ile gerçekleşebileceğinin, yazarla görüşmenin önemini altını çizmekte (Düz, 2001, s.156); kapağın, kitabın yüzünü temsil etmesi sebebiyle, kitapta anlatılanın muhakkak kapakta anlatılanla uyuşması gerektiğini, biçim içerik uyumunun önemini vurgulamaktadır (Düz, 2001, s.95).

Türk Grafik Sanatına büyük emeği geçen sanatçı, dönemine birebir tanıklık ederken üzerindeki sosyal sorumluluk bilincini fazlasıyla hissetmiş ve hakkıyla taşımıştır. Yayınevi, yazar, hedef kitle gibi birçok sınırlılıkları olsa da özgün bir sanatçının, kendi içinden gelen, hayal gücü ile tasarladığı özgün eserleri ortaya koymasının doğal bir süreç olduğunu belirten Yavi, her iki tasarım biçiminde de aynı sonuca ulaşılacağını söyler: “Sonuçta tasarım der ki imza: Erkal Yavi” (Arlı, 2019, s. 129).



Şekil 107. Sevgili Arsız Ölüm, Latife Tekin, Adam yayınları, 1983, kapak tasarımı: Erkal Yav. (Arlı,2019, s.9)

Şekil 108. Mahallenin Kısmeti, Aziz Nesin, Adam yayınları, 1997, kapak tasarımı: Erkal Yavi (Arlı,2019, s.26)

4.2.4.3. Sadık Karamustafa (1946-)

Sadık Karamustafa, İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Grafik Atölyesi'ni bitirdikten sonra yüksek lisans ve sanatta yeterlik çalışmalarını (Demirkıran, 2022, s. 58) 1989 yılında bünyesinde ders vermeye başladığı Mimar Sinan Üniversitesi'nde tamamlamış, 1979 yılında kendi atölyesini kurmuştur.

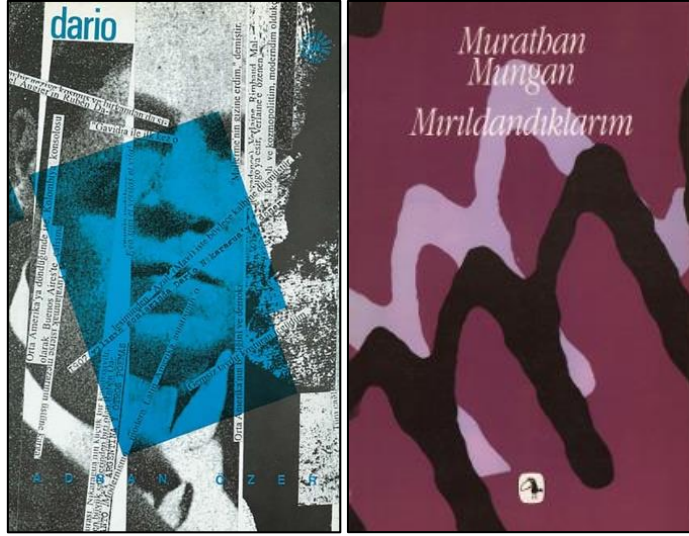
Çalışmalarına desen ve illüstrasyonla başlayan sanatçı, ilerleyen dönemlerde bu tekniklere fotoğraf ve kolajı da dahil etmiş, daha sonraları ise tipografi üzerine yoğunlaşmıştır. Gerek tipografi kullanımında gerek görsel unsurların efektlerle beraber dizayn edilmesinde hazır dijital görüntü ve kolaj tekniğini kullanan Karamustafa (Yeraltı, 2007, s. 47), müze ve sanat galerileri, kültür merkezleri, yayınevleri, sivil toplum kuruluşları ve bazı ticari kuruluşlar için afiş, logo, kitap, süreli yayın, katalog ve fuar stantları tasarlamış; anlamın katmanlı yapısını tasarladığı eserlerinde postmodernist ve yapısökümcü bir anlatım uygulamıştır (Demirkıran, 2022, s. 58).

Ulusal ve uluslararası birçok ödül kazanan, kendisi de uluslararası yarışma, sergi ve etkinliklere jüri üyesi, danışman, konuşmacı ve atölye yöneticisi olarak davet edilen Sadık Karamustafa'ya göre Türkiye'de grafik tasarımı kendini 1970 ile 1990'lı yıllar arasında bir nevi ispatlama çabasına girişmiştir (Balaban, 2019, s. 50). Onun söylemiyle: "Grafik tasarım; kültürü yorumlar, anlam üretir ve okuyucuya/izleyiciye iletir. Grafik tasarımın

tarihini incelerken, plastik bileşenlerinin yanı sıra, verdiği mesajın toplumsal kodlarını iyi anlamak ve deşifre etmek gerekir” (Karamustafa’dan aktaran Durmaz, 2012, s. 86).

Y Kuşağı dönemine denk gelen 80’li yıllarda De Yayınları, 90’larda, Kavram Yayınları ve Güney Film Yayıncılık için kitap kapakları tasarlayan Karamustafa, kitap kapağı tasarımlarının her zaman çalışmak istediği ama bazen imkân bulamadığı bir alan olduğunu, yayınevlerinin kapak tasarımına fazla bütçe ayırmaya yanaşmamasının sektörde iyi kapak üretilmemesinin sebeplerinden olduğunu belirtmiştir (Düz, 2001, s. 80).

On sekiz yıldır tasarım eğitimi alanındaki çalışmaları ödüllendirmeyi amaç edinmiş Uluslararası Tasarım Konseyi ICOD’un verdiği Eğitim Ödülü’nün 2024 yılı kazananı olan Sadık Karamustafa, Türkiye’de grafik tasarım tarihi ile ilgili en çok yayın yapan, en uzun soluklu araştırmacı olup; bir grafik tasarım müzesi kurmak için kitap kapaklarıyla beraber tasarımcılık ve eğitimcilik ile ilgili bir dizi belge ve obje, basılı ve sayısal grafik tasarım üretimine hizmet eden ürün, araç ve gereç toplamaya çalışmakta ve bu uğurda yoğun çaba sarf etmektedir (Durmaz, 2012, s. 88).



Şekil 109. Dario, Adnan Özer, Kavram yayınları, 1995, kapak tasarımı: Sadık Karamustafa (<https://manifold.press/sadik-karamustafa-nin-yeryuzu-sairleri-kapaklari>)

Şekil 110. Mırıldandıklarım, Murathan Mungan, Metis, 1993, kapak tasarımı: Sadık Karamustafa (Büyükikiz, 2020, s.66)

4.2.5. Türkiye’de Z Kuşığı Döneminde (2000-) Eserler Veren Grafik Tasarım Sanatçıları Ve Kitap Kapağı Çalışmaları

Bir Çin atasözü der ki: “Bir kuşağın diktiği ağacın gölgesinde öteki kuşaklar serinler” (Kuran, 2022, s. 19). Z Kuşığı grafik tasarımcıları, kendinden önceki nesillerde alanda verilen yoğun ve özverili çabanın rahatlığını yaşayan, meyvelerini yiyen bir kuşaktır. Tasarımcıların birçoğunun eserlerini artık doğrudan bilgisayarda hazırladığı 2000’li yıllarda adeta teknolojiyle bütünleşik bir yapıya büründüğü gözlemlenen grafik tasarım alanında kullanılan bilgisayar yazılımları sayesinde tasarım ürünleri; tamamen sayısal ortamda hazırlanır hale gelmiş, özellikle illüstrasyon çalışmaları kolaylaşmış, zamandan çokça tasarruf edilmiştir (Balaban, 2019, s. 52).

Farklı dönemleri deneyimleyen kişilerin bir kuşaktan diğerine düşünme biçimleri ve eylemleri dönüşmekte, söz konusu dönüşüm farklı kuşakların iletişim araçlarını deneyimlerken geliştirdikleri pratiklerini de etkilemektedir. Radyo ve televizyonun ilk dönemlerinde doğan bir bireyle internet ve sosyal medyanın etkin olduğu Z Kuşığı döneminde doğan bir bireyin iletişim pratikleri doğal olarak farklılaşabilmekte; insanların birbirlerine bir şeyler anlatmak ya da ortak anlam yaratmak için iletişim kurmalarında bir noksanlık görülme dahi hız, format ve içerik anlamında değişiklikler görülebilmektedir (Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s. 8).

Bu dönem Türk grafik tasarım sanatçıları arasından birçok genç isim, dünya çapında tanınır olmalarına vesile olan uluslararası başarılı işlere sıkça imza atmakta; aldıkları tanınmış kuruluş ödülleri ile sadece ülkelerinin ve kendi isimlerinin değil, yazar, kitap ve hatta yayınevlerinin isimlerinin de dünya genelinde bilinmesine aracılık etmektedirler. Utku Lomlu, Geray Gençer, Davut Yücel, Eren Su Kibele Yarman, Savaş Çekiç gibi isimlerin yanı sıra bu kuşakta başarılı eserleri ile adından söz ettiren tasarımcılar arasında Hakan Güngör, Emine Bora, Seda Mit, Gülay Tunç, Hamdi Akçay, Nazlım Dumlu, Ali Tekin Çam, Selçuk Demirel, Zeynep Karafakıoğlu, Birol Bayram ve Emre Senan da yer almaktadır. Şekil 111’de Hakan Güngör’e, Şekil 112’de Emine Bora’ya, Şekil 113’te Seda Mit’e, Şekil 114’te Gülay Tunç’a, Şekil 115’ de Hamdi Akçay’a, Şekil 116’da Nazlım Dumlu’ya ait Z kuşığı döneminde tasarlanmış kitap kapağı tasarımları görülmektedir.



Şekil 111. Yaşamak, Yu Hua, Jaguar kitap, 2016, kapak tasarımı: Hakan Güngör (<https://jaguarkitap.com/kitaplar/yasamak/>)

Şekil 112. Örme Biçimleri, Nurdan Gürbilek, Metis, 2023, kapak tasarımı: Emine Bora (<https://www.metiskitap.com/catalog/book/37179>)

Şekil 113. Alice Harikalar Diyarında, Lewis Carroll, iletişim, 2019, kapak tasarımı: Seda Mit (<https://iletisim.com.tr/kitap/alice-harikalar-diyarinda/9796>)



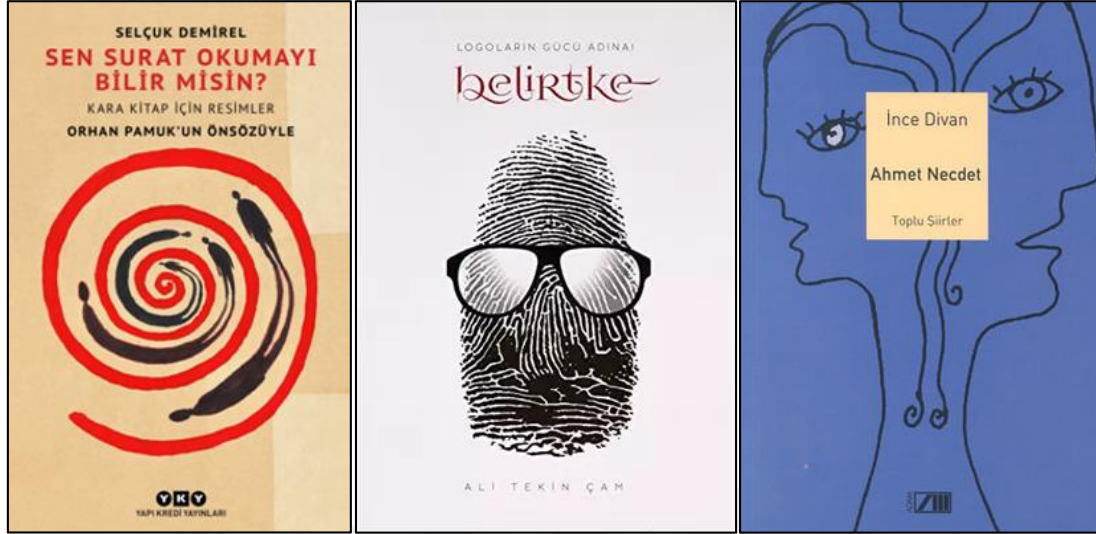
Şekil 114. Kadınlar, Eduardo Galeano, Sel yayıncılık, 2016, kapak tasarımı: Gülay Tunç (<https://www.selyayincilik.com/kitap/kadinlar-1193>)

Şekil 115. Osamu Dazai, Pandora'nın Kutusu, İthaki yayıncılık, 2023, kapak tasarımı: Hamdi Akçay (<https://www.ithakiyayingrubu.com/pandoranin-kutusu.aspx>)

Şekil 116. Yakınlıklar, Lucy Caldwell, Siren yayıncılık, 2023, kapak tasarımı: Nazlım Dumlulu (<https://nazlimdumlulu.com/>)

Şekil 117'de Selçuk Demirel'e, Şekil 118'de Ali Tekin Çam'a, Şekil 119'da Zeynep Karafakıoğlu'na, Şekil 120'de Birol Bayram'a, Şekil 121'de Emre Senan'a ve Şekil 122'de

E.S. Kibele Yarman'a ait Z kuşağı döneminde tasarlanmış kitap kapağı tasarımları görülmektedir.



Şekil 117. Sen Surat Okumayı Bilir misin?, Selçuk Demirel, Yapı Kredi yayınları, 2017, kapak tasarımı: Selçuk Demirel (<https://www.yapikrediyayinlari.com.tr/sen-surat-okumayi-bilir-misin-kara-kitap-icin-resimler-orhan-pamukun-onsozuyle.aspx>)

Şekil 118. Belirtke, Ali Tekin Çam, Alternatif yayıncılık, 2021, kapak tasarımı: Ali Tekin Çam (<https://www.kitabinabak.com/kitap/belirtke----alternatif--kbk--9789758015566>)

Şekil 119. İnce Divan, Ahmet Necdet, Adam yayınevi, 2004, kapak tasarımı: Zeynep Karafakıoğlu (<https://www.dr.com.tr/kitap/ince-divan/ahmet-necdet/edebiyat/siir/turk-siiri/urunno=0000000490070>)



Şekil 120. Stelyanos Hrisopulos Gemisi, Sait Faik Abasıyanık, İş Bankası yayınları, 2021, kapak tasarımı: Birol Bayram (<https://www.iskulttur.com.tr/stelyanos-hrisopulos-gemisi-sert-kapak.aspx>)

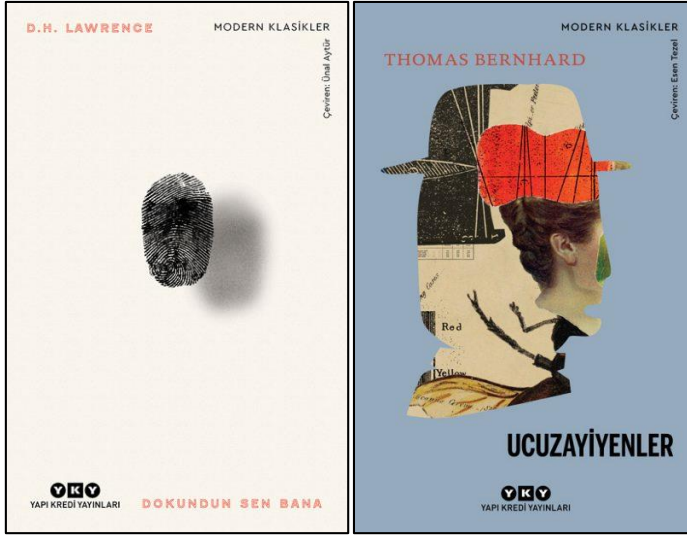
Şekil 121. Yarası Olan, Mustafa Torun, Mayıs yayınları, 2021, kapak tasarımı: Emre Senan (<https://www.emresenan.com/olup-bitenler-shit-happens/mayis-yayinlarindan-yeni-siir-kitabi-new-book-from-mayis-publishing>)

Şekil 122. Dar Kapı, André Gide, Timaş yayınları, 2015, kapak tasarımı: E.S. Kibele Yarman (<https://www.erensukibeleyarman.com/timas-classics>)

4.2.5.1. Davut Yücel (1986-)

İstanbul Bilgi Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü mezunlarından olan tasarımcı Davut Yücel, aynı zamanda bir yazar ve şairdir. Editoryal yayın üzerine yoğunlaştığı çalışmalarına, kurucu editörlerinden olduğu, 2013 yılında kurulan, şiir ve eleştiri dergisi Natama’da devam eden, zaman zaman bağımsız yürüttüğü video ve enstalasyon çalışmalarıyla sergilere katılan tasarımcı (Gedik, 2022, s. 205), Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu GMK’nın 1981 yılından beri her yıl düzenlediği Grafik Tasarım Ödülleri’nde birden fazla çalışması ile ödül almıştır.

Yücel, kitap kapağını “temel işlevi bilgi vermek olan bir yüzey” olarak tanımlarken; yeni kuşak tasarımcılar ve çalışmaları için “Yalnızca ya da çoğunlukla illüstrasyon kullanan veya tipografi çalışan tasarımcı gibi tasarım çözümlerine yönelik ayrıştırmaların çok da günümüze ait olmadığını; tasarımcılarda çözümlemelere yönelik belirli yatkınlıklar olmakla birlikte, yaklaşım biçimine yönelik bir ayrıştırmanın günümüz için daha doğru olabileceğini düşünüyorum” söyleminde bulunmuştur (Gedik, 2022, s. 208). Eda Gündüz’ün 2019 yılında yaptığı röportajda sanatçı, teknolojinin gerek teknik gerek zihinsel anlamda yetişmekte zorlandığımız bir hızda olduğunun altını çizmekte ve geleneğin kalmadığı böyle bir dönemde yok olmayı değil, mesleğini avantajlı bir araca dönüştürerek zamanı elinde tutmaya çalıştığını ifade etmektedir.



Şekil 123. Dokundun Sen Bana, D.H. Lawrence, Yapı Kredi yayınları, 2023, kapak tasarımı: Davut Yücel (<https://www.yapikrediyayinlari.com.tr/dokundun-sen-bana.aspx>)

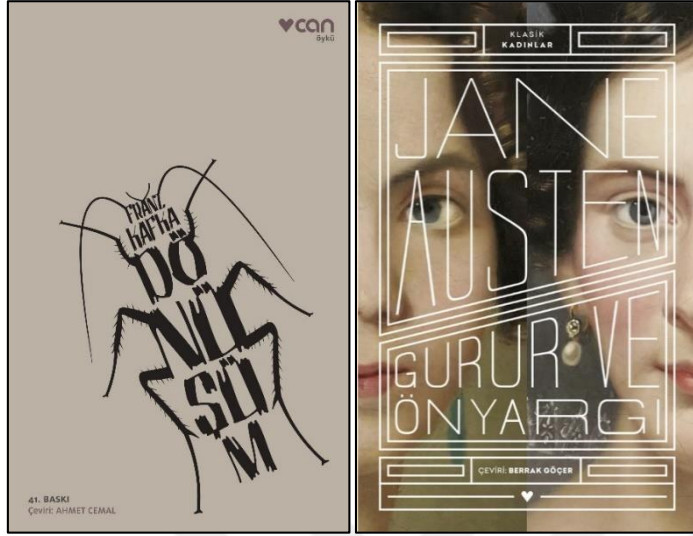
Şekil 124. Ucuzayiyenler, Thomas Bernhard, Yapı Kredi yayınları, 2017, kapak tasarımı: Davut Yücel (<https://www.yapikrediyayinlari.com.tr/ucuzayiyenler.aspx>)

4.2.5.2. Utku Lomlu (1979-)

Felsefe eğitimi alan Utku Lomlu, bir dönem İletişim ve Everest yayınlarında sanat yönetmenliği görevinde bulunduktan sonra Can Yayınları bünyesine geçerek yayınevinin klasik kapak tasarımlarındaki değişimin ilk uygulayıcısı olmuştur. Grafik tasarımın kitap kapağı dışındaki üretim alanlarında da hizmet veren Lom Creative stüdyosunun kurucusu Lomlu'nun birçok tasarımı GMK, European Design Awards, , The Type Directors Club, American Institute of Graphic Arts (AIGA) gibi ulusal ve uluslararası kuruluşlardan ödüller almaya hak kazanmıştır (Gedik, 2022, s. 210).

Can Yayınları için George Orwell'in 1984'ü gibi özel edisyon kitap kapakları yanı sıra ödüllü Klasik Kadınlar ve Gabriel Garcia Marquez serileri ile Petros Markaris serisi, Albert Camus'nun Bütün Oyunları Serisi, Umberto Eco, Roald Dahl ve Latife Tekin serilerine ait kapakları tasarlayan tasarımcı, dizi kapak tasarımlarında tekrara düşmeksizin yayınevi politikasını koruyarak ve dizi konseptine sadık kalarak ilerlemek gerektiğinin altını çizmektedir (Gedik, 2022, s. 211). Kitap kapağı tasarlarken, hayal gücünü sınırlandırmadan okuru metinle buluşturmayı ve okurun aldığı zevke dokunmadan çalışmayı benimsediğini belirten Utku Lomlu (Ersan ve Öztok, 2024, s. 36), 2021 yılında Sena Çakıcı ile yaptığı röportajda da: "İnsan karakterinin yazı karakteriyle örtüşen bir yanı olduğunu

düşünüyorum. Bir yazarı ele aldığında onun dünyası ve yazdıklarıyla onun için seçtiğim yazıtipinin örtüşmesine özen gösteriyorum” açıklamasında bulunmaktadır.



Şekil 125. Dönüşüm, Franz Kafka, Can yayınları, 2018, kapak tasarımı: Utku Lomlu (<https://www.canyayinlari.com/donusum-9789750719356>)

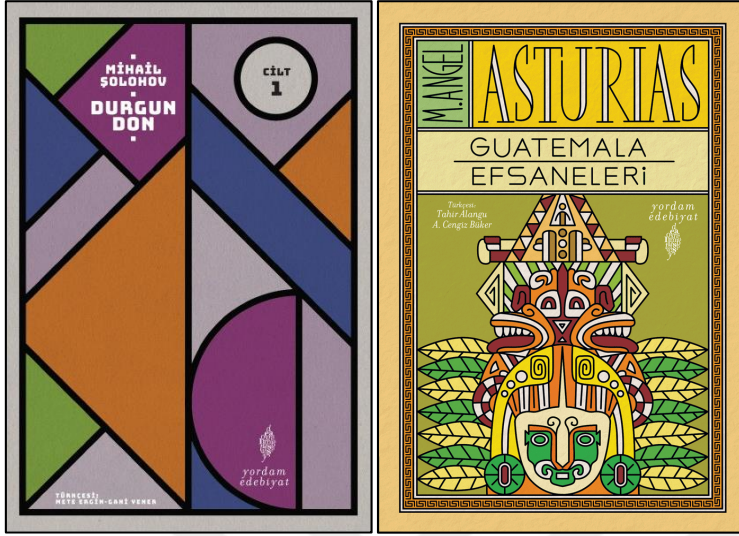
Şekil 126. Gurur ve Önyargı, Jane Austen, Can yayınları, 2021, kapak tasarımı: Utku Lomlu (<https://www.canyayinlari.com/gurur-ve-onyargi-klasik-kadinlar-9789750761799>)

4.2.5.3. Savaş Çekiç (1960-)

1984 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü’nden mezun olan Savaş Çekiç, 1992 yılında kurduğu atölyesinde sosyal ve kültürel afişlerden broşür, katalog, takvim, dergi ve kitap kapağı tasarımlarına, ambalaj tasarımlarından illüstrasyon ve web sitesi çalışmalarına oldukça geniş bir yelpazede ürünler verirken; aynı zamanda 2007 yılından beri Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü’nde öğretim görevlisi olarak yeni nesil tasarımcı adaylarına dersler vermektedir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Şehir Tiyatroları ve Bakırköy Belediye Tiyatroları’nda tasarım danışmanlığı ve GMK yönetim kurulu üyeliği görevlerinde de bulunan tasarımcının, Lahti ve Ogaki Afiş Müzesi, Zürih Poster Müzesi gibi müzelerde sergilenen çalışmaları, ulusal ve uluslararası düzeyde aldığı ödüller mevcuttur.

Aynı zamanda sahibi olduğu No Tasarım dergisinin sanat yönetmenliğini yapmakta olan Savaş Çekiç, Eda Sezgin’in 2015 yılında kendisiyle gerçekleştirdiği söyleşide “El yazmalarından minyatürlere ve taş baskı geleneğine dek bakıldığında resim başlı başına bir dildir ve bazen metnin anlattığının da ötesine geçer, hatta cümlelerde vücut bulmamış olanı

da sezdirir ve anlamı katmanlaştırır” diyerek kitap kapaklarında resmin içerikle olan ilişkisine, grafik tasarımın edebiyatla ilişkisi bağlamında değinmektedir.



Şekil 127. Durgun Don, Mihail Şolohov, Yordam kitap, 2019, kapak tasarımı: Savaş Çekiç (<https://www.yordamkitap.com/durgun-don-cilt-1>)

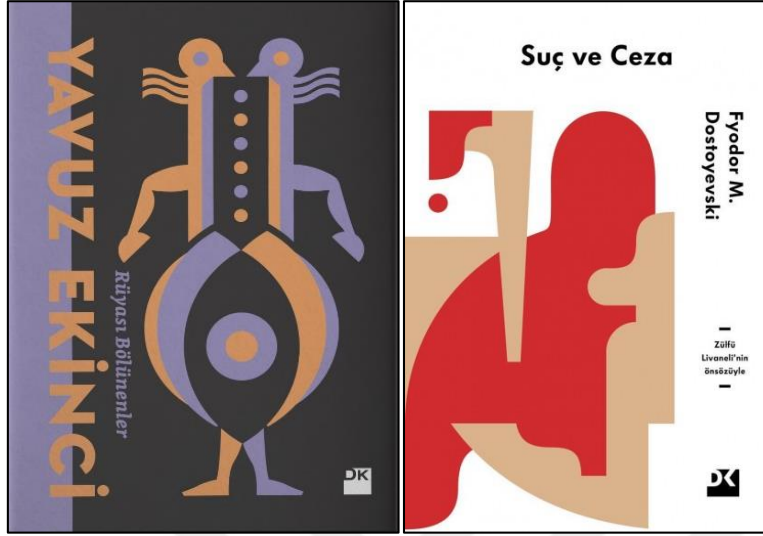
Şekil 128. M. Angel Asturias, Guatemala Efsaneleri, Yordam kitap, 2016, kapak tasarımı: Savaş Çekiç (<https://gmk.org.tr/news/turkiyeden/savas-cekicden-son-10-yilin-isleri>)

4.2.5.4. Geray Gençer

Z kuşağına kazandırdığı eserleri Londra ve Tokyo başta olmak üzere Polonya, Rusya, Amerika gibi birçok ülkede sergilenen ve müze koleksiyonlarına dahil edilen, 2013 Avrupa Tasarım Ödülleri'ne seçilen ilk Türk tasarımcı ünvanını alan Geray Gençer'in “tasarım pratiği hem analog hem de dijital olasılıkları araştıran iletişime odaklanmıştır” (Gedik, 2022, s. 201). Doğan Kitap için tasarladığı klasikler serisi tasarımı ile her sene iletişim tasarımı ve tipografi alanında yarışma düzenleyen New York Type Directors Club'ün “Kitap Tasarımı” kategorisinde ödül almaya hak kazanan Geray Gençer'in bu tasarımlarında üslupsal bir birlik göze çarpmaktadır. Kapaklarda kullandığı soyutlanmış illüstrasyonlar, seride dil birliğini korumaktadır (Gedik, 2022, s. 168).

Gençer, Emre Bayın'ın 2021 yılında ünlü kitap kapağı tasarımcılarıyla yaptığı röportajda, kitap kapağı tasarımlarına ilişkin olarak, tasarımlarında kitabı tasvir etmeksizin okuru meraklandıran ipuçlarına yer verdiğini ifade etmiştir (Ersan ve Öztok, 2024, s.36). Sanatçı, Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ve Kadir Has Üniversitesi Sanat ve Tasarım

Fakültesi'ndeki öğretim üyeliği görevleri ile tecrübelerini ve devam eden dönem pratiklerini yeni kuşaklarla paylaşmakta, alana bu yolla da hizmet vermektedir.



Şekil 129. Rüyası Bölünenler, Yavuz Ekinci, Doğan kitap, 2016, kapak tasarımı: Geray Gencer (<http://www.geraygencer.com/project/yavuz-ekinci-series>)

Şekil 130. Suç ve Ceza, Dostoyevski, Doğan kitap, 2018, kapak tasarımı: Geray Gencer (<http://www.geraygencer.com/project/literary-classics-series>)



BÖLÜM V

TÜKETİCİ EYLEMLERİ VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Günümüzün global dünyası, hiç aralık vermeksizin, bireyleri odağına alan bir tüketim kültürü üretmektedir. Bu tüketim kültürünü besleyen güç, “insanların sürekli olarak tatmin edilmesi gereken istek, ihtiyaç ve arzularıdır” (Koçer ve Aysel, 2019, s. 80). İnsan ihtiyaçlarının olmadığı bir yerde ne tüketim kültürü ne de ona hizmet eden bir üretim mekanizması olacaktır.

“Tüketim”, ihtiyaçların giderilmesi amacıyla üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması iken; tüketim kültürünün kendisi için var olduğu “tüketici” ise her türlü gereksinimini karşılayabilmek maksadıyla mal veya hizmet satın alarak tüketim eylemini gerçekleştiren birey olarak tanımlanmaktadır (Koçer ve Aysel, 2019, s. 79- 80). “İçinde bulunduğu kuşağın özelliklerini yansıtan, toplumdaki davranış şekillerinden, kitle iletişim araçları ve moda anlayışından etkilenen” tüketici (Koçer ve Aysel, 2019, s. 79), “ürünün satışa giden süreci” olarak tanımlanan pazarlamanın odağında (Öksüz, 2022, s. 19) “anlaşılması en zor, bir o kadar da karmaşık eleman” olarak yer almaktadır (Arslantaş, 2021, s. 25).

“Pazarlama İlkeleri” adlı kitabında İsmet Mucuk, tüketicileri, şahsi ya da ailevi ihtiyaçları karşılamak maksadıyla satın alma eylemi gerçekleştiren nihai tüketiciler ile bu nihai tüketici gruplarına satılacak ürün ve hizmetlerin üretiminde kullanılan ham madde, araç, gereç ve yarı mamul maddeleri satın alan endüstriyel tüketiciler olarak iki ana gruba ayırmaktadır (2007, s. 66).

Tüketicilerin yaşamlarını ve sosyal hayatlarını sürdürebilmek, eğitim, kültür ve ekonomi gibi alanlardaki ihtiyaçlarını giderebilmek için gerçekleştirdikleri satın alma eylemleri; güdülenmiş davranışlar içermek, çeşitli faaliyetlerden oluşmak, karmaşıklık, çevredeki faktörlerden etkilenmek, dinamik bir sürece yayılmak, zamanlama, bireyler ve bireylerin zaman zaman büründüğü roller açısından farklılıklar göstermek gibi özelliklere sahiptir (Arslantaş, 2021, s. 28-30). İslamoğlu ve Altunışık, tüketici eylemlerini; içsel ve dışsal uyarıcılar dışında gelişen bir tüketim olgusunu dikkate alan modern model ve bir ihtiyacı uyarak insanı o amaç

doğrultusunda yönlendiren güdülerini dikkate alan klasik model olmak üzere iki ayrı model şeklinde ele almaktadırlar (2017, s. 23).

İnsan davranış biçimlerinden biri olan ve “bireyin çevresiyle etkileşime geçtiği bütünsel süreci ifade eden” (Keskin ve Baş, 2015, s.53) tüketici eylemleri, tüketici tutumlarının bir sonucudur. “Sosyal psikolojinin bir konusu olarak tutumlar, uzun zaman içinde oluşan, kolay değiştirilemeyen, kararlarımıza ve davranışlarımıza yön veren kabullerimizdir” (Gültekin, 2023, s. 17). Tüm tüketici tutumları aynı özelliklere sahip olmayıp zayıf ve dirence yol açan güçlü tutumlar olarak kendini gösterebilmektedirler. Bireyin bir objeyi sevip sevmemesi, objeye dair bilgi toplama derecesindeki ilgisi, o obje hakkındaki düşüncesinden net bir şekilde emin olması ve objeye karşı geliştirdiği tavrın olumlu ya da olumsuz sebebini bilmesi kişinin tutum gücünü belirleyen durumlardır (Dursun ve Tümer Kabadayı, 2012, s. 78- 79).

İnsanın dünyayı etkilemesine, değiştirmesine, dünyada etkin bir biçimde var olmasına yarayan, genellikle “bir şeye yarayan bir şey” olarak tanımlanan obje; toplum tarafından üretildiği ve tüketildiği, belli kural ve ölçülere uydurulduğu anda bir anlama bürünmekte ve taşıdığı bu anlamlar onu eylem ile insan arasında bir tür aracı kılmaktadır (Barthes, 2023, s. 196- 197).

Berger, yaşadığımız kentlerde hepimizin her gün yüzlerce kez gördüğü reklam imgeleri için; “Tarihte başka hiçbir toplum böylesine kalabalık bir imgeler yığını, böylesine yoğun bir mesaj yağmuru görmemiştir. İnsan bu mesajları aklında tutabilir ya da unutulabilir; ama gene de okumadan görmeden edemez” demektedir, bu mesajların insan belleğini imgeleme anımsama ya da beklentiler yoluyla uyardığından bahsetmektedir (2020, s. 129). Bu uyarılara maruz kalan her tüketicinin satın alma veya almama eylemini belirleyen bir karar verme süreci bulunmaktadır.

Keskin ve Baş, bu süreçte tüketicileri etkileyen faktörleri; öğrenme, güdülenme, algılama, tutum ve kişilikle bağdaştırdıkları “Psikolojik Faktörler”, kültür/ alt kültür, aile, yaşam tarzı, mensubu olunan sosyal sınıf ve referans gruplarla bağdaştırdıkları “Sosyo Kültürel Faktörler” ve cinsiyet, yaş, rol, statü, eğitim ve gelir durumları ile bağdaştırdıkları “Kişisel Faktörler” şeklinde sınıflandırmakta; tüketicinin bu faktörler eşliğinde ürünün farkına varma, dikkatini çeken ürün hakkında bilgi toplama, topladığı bilgiyi değerlendirme, yaptığı değerlendirme sonucunda satın alma veya almama kararını verme ve en nihayetinde aldığı kararı değerlendirme süreçlerinden geçtiğini belirtmektedirler (2015, s. 56-58). Öksüz (2022), Keskin ve Baş’ın bahsettiği faktörlere sosyal medya ve sosyal platformları da eklemektedir.

5.1. Pazarlama, Algı Yönetimi Ve İkna Süreçleri

En önemli rekabet avantajının insan faktörü üzerinden elde edildiği 21. yüzyıl tüketim dünyasında, kuşakları inceleyerek davranış biçimlerinin kuşaklararası farklarını doğru analiz etmek ve anlamlandırmak büyük önem arz etmektedir. Öyle ki “bir kuşağı anlamak, suya atılan taş gibi; etkisi dalga dalga büyüyerek yaşama, geçmişe ve geleceğe dair müthiş bir kavrayış sağlamakta, hoşgörü sınırlarını genişletmekte, zamanın ruhuna yaklaştırmakta ve her adımda, yargılayan değil öğrenen olmaya yönlendirmektedir” (Kuran, 2022, s. 20).

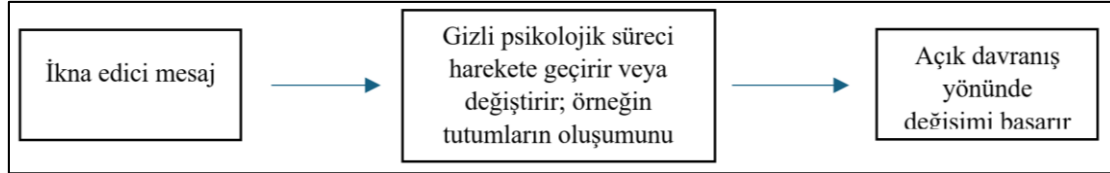
Bugün artık etkili bir pazarlama iletişiminde öncelikle tüketicilerin satın alma eylemlerini belirleyen eğilimler ve etkilendikleri faktörler tespit edilmekte, hedef kitleyi meydana getiren bireylerin demografik özellikleri analiz edilmekte ve böylelikle tüketicinin ilgisini celbedecek tasarımlar hazırlanarak piyasada yer alan birbirinin benzeri, yakın renk, grafik ve şekillere sahip, kimliksiz tasarımlar kalabalığından uzaklaşlabilmektedir (Akengin vd., 2018, s. 76).

Firmalar, arzu ettikleri satış hedeflerine ulaşabilmek için bünyelerindeki pazarlamacı, reklamcı ve hatta halkla ilişkiler alanındaki çalışanları ile hitap ettikleri hedef kitle üyelerinin hangi kuşağa mensup olduğunu belirledikten sonra kuşağın belirgin özellikleri, yoğun harcama yaptığı alanlar, karar alma sürecindeki bilgi kaynakları ve etkilendiği mecralar gibi konular hakkında elde ettikleri verilere göre yol almakta (Koçer ve Aysel, 2019, s. 79), hedef kitlenin duyarlı olduğu değerleri öğrenmeye çalışmaktadırlar. Çünkü “değerlere atıf yapan semboller, ön kabuller üzerinde maymuncuk işlevi görerek ön kabul kapısının yavaşça açılmasını sağlamakta ve bünye ile uyumlu olmayan mesajların içeriye girmesini kolaylaştırmaktadır” (Gültekin, 2023, s.108). İşletmeler için bu değerlere yaslanarak hareket etmek, algı yönetim süreçlerinin başarıyla sonuçlanacağı anlamına gelmektedir (Gültekin, 2023, s. 106).

Algı yönetimi, “olay ve olgular karşısında bunu gerçekleştirenler tarafından hakikatin pasivize yahut tahrip edilmesi veya istenilen yönde istenildiği kadar gerçekliğin verilmesi” durumudur (Önder, 2022, s. 23). Propaganda, manipülasyon, kamu diplomasisi, stratejik iletişim gibi ikna ve iletişim becerileriyle ilişkili olan ve bilgi yoluyla hedef kitlenin düşünce, yorum ve kararlarını etkileme niyetindeki çok yönlü bir süreç olan algı yönetiminin amacı, kısa süreli davranış ve duyguları değiştirmekten ziyade zamanla tutumları değiştirmektir (Gültekin, 2023, s. 15- 17). Tüketicilerin tutumları üzerinde oluşturulmak istenen etki ve hakimiyetin kilit noktası, kitlelerin bireysel rızalarının üretilmesidir (Önder, 2022, s. 11).

Tasarımcı, “üstlerine doğru gelen ışık enerjisi ve ışık dalgalarını yakalayarak eğen, bükten ve yok eden muazzam bir deliğe benzeyen” kitleler (Baudrillard, 2021, s.16) ile arasındaki iletişimi,

hedef kitleyi kendisiyle arasında bağ kurmaya ikna ederek başlatır (Akgül, 2018, s. 60). Şekil 131’de yer alan DeFleur’a ait iletişim sürecinin psikodinamik işleyiş modeline göre, tüketiciye verilen ikna edici mesajlar, belirli tutumların oluşumu gibi gizli psikolojik süreçleri harekete geçirerek tüketicinin davranış biçimlerinde değişim gerçekleştirmekte ve böylece süreç sonunda arzu edilen bireysel rıza elde edilmiş olmaktadır (aktaran Ateş, 2000, s. 121).



Şekil 131. İletişim sürecinin psikodinamik işleyiş modeli (Ateş,2000:121)

“İkna, iletişim tarihiyle başlayan, günümüzde giderek yöntemleri çeşitlenen ve ustalaşan bir iletişim yöntemi olarak betimlenebilir” (Akgül, 2018, s. 60). Geleneksel müşteri gibi reklam ile ikna olmayıp hep daha fazlasını talep eden modern müşteri profili, alacağı ürünle arasında duygusal bir bağ kurmak isterken; zorlu rekabet şartlarında ayakta kalmaya çalışan firmalar da bir yandan hizmet kalitelerini arttırmaya bir yandan ikna yöntemleri aracılığıyla müşterilerini markalarının birer temsilcisi ve sadık kullanıcıları haline getirmek için çaba göstermektedirler (Ercan, 2021, s. 149). Bu çaba, sadece şirket bazında değil, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere bütün ülkelerin de sınırları içindeki şirketlerin doğması, büyümesi, gelişmesi ve korunması için uygun ortamı oluşturan politikalar belirlemesi yönünde kendini göstermektedir (Ercan, 2021, s.156).

Rekabet ortamının küresel boyutlara ulaştığı günümüzde, ticari işletmelerin reklam ve tanıtım amacıyla kullandıkları iyi tasarlanmış ikna yöntemleri, satılan ürünü tamamen gerçekçi özellikleriyle sunmadığı halde, özgürce satın alma eylemi gerçekleştirdiğini düşünen tüketicileri farkında olmadıkları bir itaat psikolojisi içine sokarak satış kampanyalarını başarıya taşımakta (Akgül, 2018, s. 60); potansiyel tüketicinin marka bağlılığını derinleştirerek onu sadece sadık bir müşteriye çevirmekle kalmayıp aynı zamanda aile üyeleri ve arkadaş gruplarını ikna eden gönüllü bir firma sözcüsü haline de getirebilmektedir (Akgül, 2018, s. 73).

Araştırmalar “imgelerin kişileri birbirinden tamamen farklı ve önceden kestirilemeyecek şekillerde etkilediğini” ortaya çıkarmış olsa da (Toby Clark’tan aktaran Önder, 2022, s. 41) sosyal psikologlar; ilerleyen süreçlerde bireylerin, düşünce, tutum, davranış ve kararlarının içinde bulundukları topluluklardan etkilendiğini ve ortak grup hareketine uyma davranışı

geliştirdiklerini ortaya koymaktadırlar (Gültekin, 2023, s. 101). Sosyal varlık olmalarının bir sonucu olarak insanlar, sadece “kuşaklar arası iletişimin başlangıcını oluşturan, kendileri dışındaki bireylerin davranış ve tutumlarını izleme” hareketiyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda da kendilerini diğerleriyle kıyaslayarak onlarda gördükleri ve kendilerine uygun buldukları davranışları kopyalamaktadırlar (Öztop, 2022, s. 64).

5.2. Kuşaklar Bağlamında Genel Tüketici Eylemlerine Dair Araştırmalar

2017 yılında kuşakların tüketim davranışlarında ortaya çıkan farklılıkları ortaya çıkarmak amacıyla, Koçer ve Aysel’in, %44.7’si lisans mezunu, %29.2’si lise, %15.6’sı lisansüstü ve %10.6’sı ilköğretim düzeyinde eğitime sahip olan 463 katılımcı ile yapmış oldukları araştırmaya göre; Sessiz Kuşak mensuplarının %100’ü satın almak istediği ürün için mağazaya gitmeyi tercih ederken, onu %82,9 oranı ile Bebek Patlaması Kuşağı ve %77 oranı ile X Kuşağı üyeleri takip etmektedir. Y Kuşağı üyelerinin %74,9’u mağazayı, %23,5’i ise internet ortamını alışveriş için daha uygun görmektedir. Y Kuşağı’na yakın bir oranla X Kuşağı’nın %23’ü internet alışverişini desteklerken, bu alanda en büyük orana sahip kuşağın %30,6 ile Z Kuşağı olduğu görülmektedir. Aynı şekilde sosyal medya aracılığıyla satın alma eyleminde en büyük oran yine %10,2 ile Z Kuşağı’na aittir. Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması ve X Kuşağı üyelerinin alışverişte sosyal medya kullanım yüzdesi ise sıfırdır (Koçer ve Aysel, 2019, s. 87).

Bireysel ve toplumsal kültür ele alındığında; algı, düşünce ve davranışları büyük oranda etkileyen, öğrenilmiş eğilimler olarak tanımlanan, “pazarlama ve tüketici davranışı literatüründe merkezi bir rol oynayan” tutumlar, kendisine dayanak oluşturan inanç, duygu ve düşüncelerde zamanla şahsi tecrübeler veya diğer bireylerin etkisiyle değişebilmektedirler (Dursun ve Tümer Kabadayı, 2012, s.77).

Bu bağlamda Koçer ve Aysel’in araştırma sonuçlarına bakıldığında, kuşakların bir ürünü satın almaya karar verirken etkilendiği faktörler arasında anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir. Sessiz Kuşak en çok kendi geçmiş tecrübelerinden faydalanmakta (%52,2) ya da yakınlarının tavsiyesine uymaktadır (%39,1). Bebek Patlaması Kuşağı da öncelikle %71,4 oranında kendi tecrübesine dayalı alışveriş yaparken %22,9 oranında internet ortamındaki yorumları dikkate almaktadır. X Kuşağı ve Y Kuşağı kendilerinden önceki kuşakla aynı şekilde önce kendi geçmiş tecrübelerine dayalı alışverişi (%61,1 ve %46,9) tercih etmekte ancak ikinci tercihlerinde farklılaşmaktadırlar. X Kuşağının ikinci tercihi (%19,5) internet yorumları iken Y Kuşağının ikinci tercihi yakın tavsiyesi (%24,7) olmaktadır. Z Kuşağının diğer tüm kuşaklara göre farklı

eğilimlere sahip olduğu; %38,8 oranında internet ortamını, %28,6 şahsi tecrübeyi ve ona yakın bir oranla (%26,5) yakın tavsiyesini önemseydiği görülmektedir. Gazete, dergi, açık hava panoları gibi reklam mecraları neredeyse hiçbir kuşak için önem arz etmemekte; televizyon ve radyo reklamları X, Y ve Z Kuşaklarının oldukça küçük yüzdeleri tarafından dikkate alınmaktadır (Koçer ve Aysel, 2019, s. 88).

Araştırmaya göre kuşaklararası gelir harcamalarında da temel tüketim alanlarındaki öncelikler farklılık göstermektedir. Z Kuşağı dışındaki bütün kuşaklar için gıda harcaması ilk sırada yer alırken (gıda harcamalarının aile büyükleri tarafından yapılması sebebiyle olabilir), ev sahibi olmayı en çok önemseyen kuşağın Z Kuşağı olduğu; katılımcıların çoğunun hangi kuşağa mensup olursa olsun eğlenceye düşkün olmadığı, sağlığına önem verdiği ve giyim harcamalarında ortalama bir yol izlediği görülmüştür (Koçer ve Aysel, 2019, s. 89- 93).

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulara göre Sessiz Kuşak ve (eğitim harcamalarının ailesi tarafından karşılanması sebebiyle) Z Kuşağı hariç tüm kuşaklar için eğitim harcamalarına ciddi bütçe ayrıldığı ancak teknolojik ürünlere Bebek Patlaması Kuşağı hariç istense de maliyetlerin yüksekliği sebebiyle büyük bütçeler ayrılmadığı tespit edilmiştir (Koçer ve Aysel, 2019, s. 94-95).

Pazarlama iletişiminin tüketicilerle günümüzdeki bağ kurma kanalı sosyal medyadır. Her geçen gün daha fazla ürün çeşidiyle karşı karşıya kalan tüketici profili, aynı zamanda gelişen ve sayıca artan sosyal ağ platformları ile kafa karışıklığını giderecek çözüm arayışlarına girmekte; internet ortamından topladığı bilgiler ışığında satın alma eylemi gerçekleştirmekte; yine aynı ortam aracılığıyla diğer tüketicilere ulaşarak onların tüketici eylemlerini etkilemektedir (Keskin ve Baş, 2015, s. 52-53).

Keskin ve Baş'ın sosyal medya araçlarının tüketici eylemleri üzerindeki etkilerini anlamak amacıyla yaptıkları araştırmaya Z Kuşağı'ndan 17 kişi (% 5), Y Kuşağı'ndan 289 kişi (% 82,5) ve Y Kuşağı'ndan önceki kuşaklara mensup 44 kişi (% 12,5) olmak üzere toplam 350 kişi katılmıştır (2015, s. 60). Gelir, meslek ve eğitim durumları değerlendirilen katılımcılara kullandıkları sosyal medya araçlarının neler olduğu, sosyal medya kullanım sıklığı ve amaçları, markalara verdikleri önem, marka takip etme sebepleri ve sosyal medya ağlarının tüketim eylemleri üzerindeki etkilerine dair sorular sorulmuştur.

Alınan cevaplara göre kuşaklararası ayırım yapmaksızın sosyal medya kullanım sebeplerine bakıldığında ilk sırada günceli takip etmek varken; daha sonraki sıralama arkadaş takip etmek, insanların düşüncelerinden faydalanmak, müzik dinlemek, ürünler hakkında bilgi sahibi olmak,

oyun oynamak, ünlü takibi ve yeni insanlarla tanışmak şeklinde ilerlemektedir (Keskin ve Baş, 2015, s. 63). Araştırmada katılımcıların çoğunluğunun sosyal medyada yapılan yorum ve değerlendirmeleri dikkate aldığı (%53,4), bu etkilenme sonucu satın alma eylemlerinde değişikliğe gittiği (%57,1), ancak kendi görüşlerini beyan etmediği; yapılan yorumlardan kadınların erkeklere oranla daha çok etkilendiği sonuçlarına ulaşılmıştır (Keskin ve Baş, 2015, s. 65-67).

Tüketicilerin sosyal medya araçları ile ilişkisine dair Koçer ve Aysel'in araştırma sonuçlarına bakıldığında ise kuşakların sosyal medyada ürün araştırma oranlarının sırasıyla %53,1 Z Kuşağı, %39,9 Y Kuşağı, %37,1 Bebek Patlaması Kuşağı ve %30,1 X Kuşağı şeklinde olduğu; Sessiz Kuşak mensuplarının %47,8'inin sosyal medyada hiç ürün araştırması yapmadığını söylediği görülmektedir. Aynı katılımcılardan Z Kuşağı üyelerinin toplamda %77,4'ünün, Y Kuşağı üyelerinin %39'unun, Bebek Patlaması Kuşağının %34,2'sinin ve X Kuşağı üyelerinin de %31,9'unun satın alma öncesi sanal gruplara görüş sorduğu ancak Sessiz Kuşak üyelerinin %60,9'unun sanal ortamlardan hiç görüş almadığı ortaya çıkmış; bu durum Sessiz Kuşağın teknoloji kullanımına mesafeli olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Koçer ve Aysel, 2019, s. 99-101).

Kılıç ve Yıldırım Becerikli'nin Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2023 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması'ndan aktardıkları verilere göre 2004 yılında 65 yaş üzeri bireylerin internet kullanım oranı %0,4 iken 2023 yılında %40,7 olmuştur. Bu oran 16- 24 yaş arası gençlerde %96,6; 25- 34 yaş arası bireylerde %97,7 ve 35- 44 yaş arası bireylerde %94,6 olarak saptanmıştır (2023, s. 100).

Dijital alandaki çalışmaları ve “Dijitalizm” kitabıyla tanınan Said Ercan'a göre; X kuşağı, interneti genelde zaruri ihtiyaçları ve internet bankacılığı gibi ekonomik amaçları için bilgi edinme ve iletişim amaçlarıyla kullanırken sosyal ağları ise okey ve tavla oynamak gibi durumlarda tercih etmektedir. Y kuşağının internet kullanımının internet haber siteleri, e-posta ve sosyal ağlar üzerinden, Z kuşağının kullanımının ise daha çok sosyal medya ve oyunlar noktasında bağımlılık derecesinde gerçekleştiğini belirten Ercan, evrensel internet ağlarına kayıt yaşı 13 olmasına rağmen Z kuşağının kriterlere uymadan kendi adlarına sosyal ağ hesapları açtığından ve çoğunlukla eğlence amaçlı internet kullanımında bulunduğu bahsetmektedir (2021, s. 57).

Türkiye Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) 2022 yılında, Z Kuşağı'na mensup 15-21 yaş aralığındaki gençlerle, dijital okuryazarlık seviyelerinin incelenmesi amacıyla yaptığı

“Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık Araştırması” sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların %35,6’sının düşük, %35’inin orta ve %29,4’ünün yüksek dijital okur yazarlık düzeyine sahip olduğu tespit edilmiş; bu durum Kılıç ve Yıldırım Becerikli tarafından, gençlerin ve hatta çocukların dijital alanda üstün yetenekli olduklarına dair yargının doğru olmadığı şeklinde yorumlanmış, beceri ve dijital kullanım alanlarında tespit edilen farklılıkların gençlerin iletişim ve eğitim alanlarında da var olduğuna dikkat çekilmiştir (2023, s. 102).

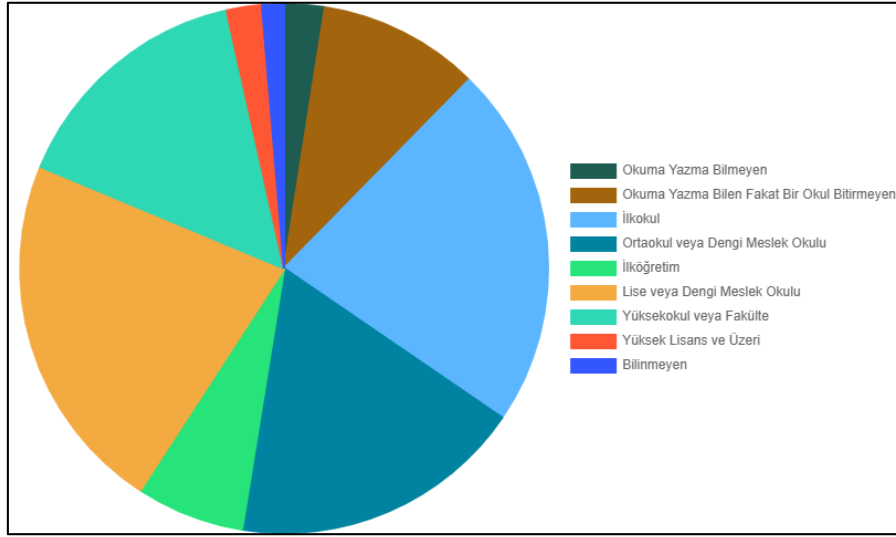
Gençlere dair yapılan bu araştırmanın yanı sıra Quan-Haase vd. (2018) tarafından yaşlı yetişkinlerle yapılan bir araştırmaya göre de yaşlıların “dijital medyaya yönelik olumsuz tutumları olan homojen bir grup” olduklarına yönelik yargıların doğru olmadığını gösteren sonuçlara ulaşılmıştır. Dijital beceriler ve çevrimiçi faaliyetler dikkate alınarak hazırlanan bu çalışmada; interneti düzenli bir şekilde kullanmayanlar, kullanan ancak dijital beceri geliştirmek veya yeni çevrimiçi faaliyetlere katılmak noktasında isteksiz olanlar, istekli olan ancak beceri ve güvene sahip olmayanlar, gerektiği kadar beceri sahibi olup dijital medyayı sınırlı sayıda kullanmayı tercih edenler, hem becerisi hem hevesi yüksek düzeyde olanlar ve çok becerikli olup her türlü çevrimiçi etkinliğe de çokça katılanlar olmak üzere altı farklı yaşlı yetişkin grup tespit edilmiştir (aktaran Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s. 102).

Güner, Görgün Baran, Koçak Kurt ve Tekeli tarafından 2017 yılında Bebek Patlaması Kuşağı üyeleri ile yapılan iki farklı araştırma, katılımcıların internet ve iletişim teknolojileri hakkında önemli ölçüde bilgi sahibi olduklarını ancak teknolojinin kullanımı ve dijital yeterlilik düzeyinin artırılmasına ilişkin desteğe ihtiyaç duyduklarını göstermiştir (aktaran Öztop, 2022, s. 65). Bu noktada sosyal ilişkilerin teknoloji kabulü açısından önemli olduğuna değinen Öztop; Gass ve Seiter’den yaptığı alıntıda, yeni teknoloji niteliğindeki bir ürünü kullanma konusunda çekingen olan ileri yaştaki bir bireyin, kuşaklararası ilişki içinde olduğu genç bir bireyin kullanımını görmesi sonucunda bu ürüne karşı ilgisinin artabileceğini, genç kuşakların önceki kuşak mensupları ile aralarında kuracakları ikili ilişkiler sonucu ürün tanıtımı ve kullanımı konusunda yardımcı olmaları halinde yaşlı nesli teknolojiyi kabule itebileceğini aktarmaktadır (2022, s. 64).

“Kuşaklararası aktarım ve öğrenme”, kuşaklararası dayanışma aracılığıyla yüzyıllardır gerek geleneksel gerekse modern kültürlerdeki bilgi, beceri, yetenek, norm ve değerlerin kuşaktan kuşağa sürekli olarak aktarımında resmi olmayan bir aracı görevi görmektedir (Oğlak, 2022, s. 114); “Toplumda kuşaklar arası devamlılık, kültürel sermayenin aktarımı ile mümkün olmaktadır” (Canatan, 2022, s. 46).

5.3. Türkiye’deki Okur Yazarlık, Kitap Satışı, Okuma Oranları ve Alışkanlıklarına Dair Araştırmalar

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nin bildirdiği “ülke sınırları içinde ikamet eden 6 ve daha yukarı yaştaki fertlerin bitirdikleri eğitim durumu”na ilişkin 2021 yılına ait verilere göre; 2021 yılında 77.444.465 olan toplam nüfusun %5’i hiç okuma yazma bilmeyenlerden, %20’si okuma yazma öğrenen ancak hiç okul bitirmemiş olanlardan, %45’i ilkokul mezunlarından, %13,4’ü ilköğretim mezunlarından, %36,5’i ortaokul mezunlarından, %44,9’u lise mezunlarından, %30,8’i yüksekokul veya fakülte mezunlarından, %4,4’ü ise yüksek lisans ve üzeri mezunlardan oluşmaktadır.



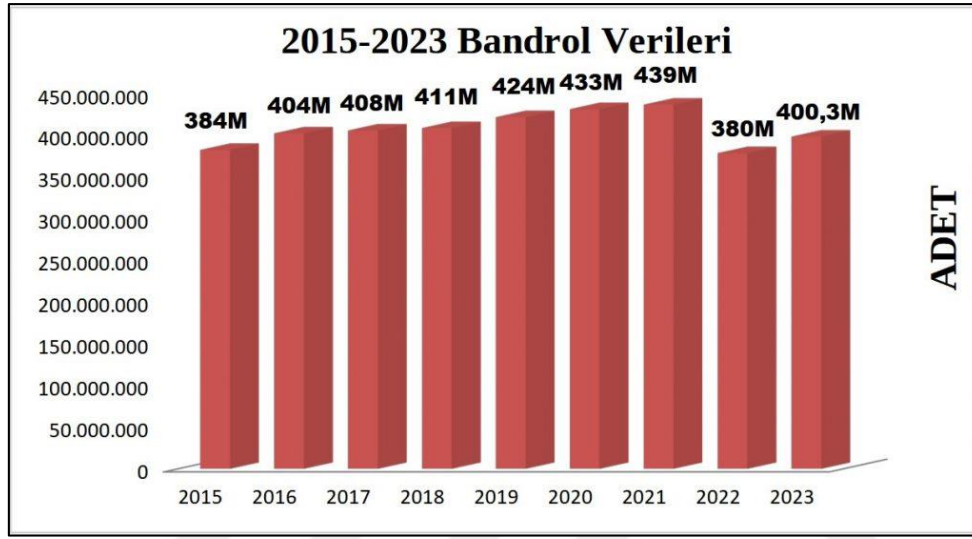
Şekil 132. TÜİK Türkiye 2021 yılı eğitim durumu bilgileri (<https://nip.tuik.gov.tr/?value=EgitimDurumu>)

Türkiye Yayıncılar Birliği’nin 2024 yılı verilerine göre ülkemizde ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora alanlarında toplam 6.950.142 öğrencinin bulunduğu görülmektedir. Aynı şekilde Türkiye Yayıncılar Birliği’nin Mayıs 2024’te yayınladığı “2023 Yılı Kitap Pazarı Raporu”nda bildirdiği, Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu YAYFED’ten aldığı verilere göre; 2022 yılında 380 milyon kitap üretilirken 2023 yılında üretilen bandrollü kitap sayısı, bir önceki yıla göre %5,3 oranında büyüyerek 400 milyon 340 bin 577 sayısına ulaşmıştır. 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla nüfusu 85 milyon 372 bin 377 olan Türkiye’de, kişi başına düşen fiziki kitap sayısı 7,52 olarak gerçekleşmiştir.

Raporda her ne kadar 2023 yılı üretim verileri 2022 yılına göre artmış görünse de sonuçların 2016 yılı oranları ile çok yakın olduğuna değinilerek; 2022 yılında okuma oranlarında yaşanan ciddi düşüş hatırlatılmaktadır. Ayrıca yayıncılık sektörünün ithalata bağımlı

olmasının, yayınevi ve okurlara negatif yansıyan maliyet artışlarının ve ekonomik koşul belirsizliklerinin birçok alanda olduğu gibi bu alanda da üretim, depolama, dağıtım, lojistik, fiyatlandırma ve satış planlarını son yedi yıldır olduğu gibi hala zorladığının altı çizilmektedir.

ISBN uygulamasının 1995’te yürürlüğe girmesi ve 2001 sonrası kararlı bir şekilde hayata geçirilen bandrol uygulaması sayesinde günümüzde artık yayıncılığa dair çok daha net rakamlar elde edilebilmektedir (Erken, 2016, s. 117).



Şekil 133. YAYFED 2015-2023 bandrol verileri
(https://www.yayfed.org/2023_bandrol_verileri.html)

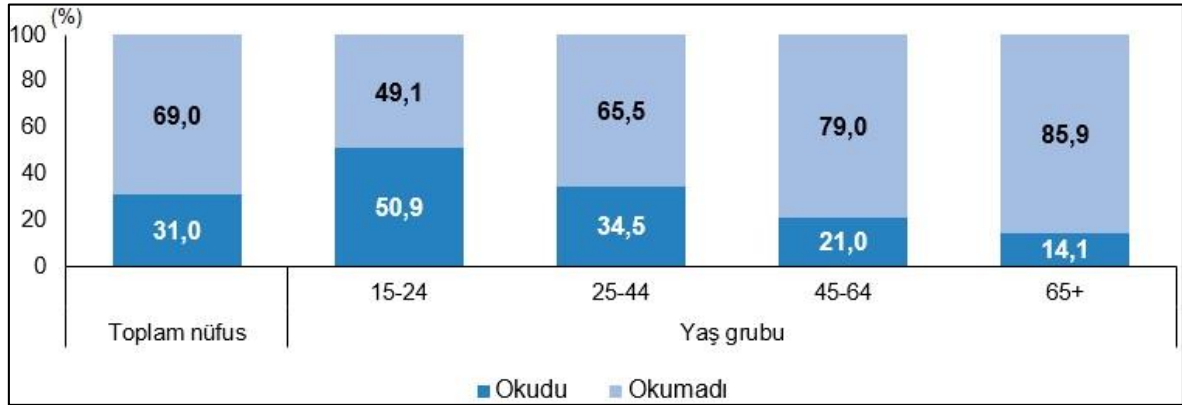
Rapora göre 2023 yılındaki tüm basılı kitapların “%15’ini yetişkin kültür yayınları, %14,2’sini yetişkin kurgu-edebiyat yayınları, %12,6’sını çocuk kitapları, %0,9’unu gençlik kitapları, %9,7’sini inanç yayınları, %2,2’sini akademik yayınlar, %1,4’ünü ithal kitaplar ve %44’ünü eğitim yayınları” oluşturmaktadır. İlk kez yayınlanan basılı kitap sayısı 71.200 iken elektronik kitap sayısı ise 26.562 olmuştur. Kitap satın alma mecralarına bakıldığında çevrimiçi platformların ve e-ticaret sitelerinin tüm sektördeki satışlarda 2022 yılında %21,7 olan payının, 2023 yılında %38,5’a çıktığı, özellikle kültür yayıncılığında e-ticaretin payının kendi içinde %61,95 oranına geldiği görülmektedir (Türkiye Yayıncılar Birliği, 2024).

1990’larda başlayan, yayıncılık sektörü için büyük sorun teşkil eden korsan kitap meselesi gerek devlet gerek yayın kuruluşlarının özverili çalışmaları ile azalmış olsa da “kitapların fotokopi yoluyla çoğaltılması, tıpkı basım yoluyla matbaalarda çoğaltılması, yayıncıların yazarlara verdikleri telifi azaltmak için el altından piyasaya korsan kitap sürmesi, internet yoluyla kitapların yayılması” gibi yollarla maalesef günümüzde de devam etmektedir (Erken, 2016, s. 114-115). Bu durum gerçek kitap satış oranlarına ulaşmayı engelliyor olsa

da Türkiye'nin en bilindik internet satış sitelerinden biri olan Hepsiburada sitesinin kitap satış istatistiklerine göre; sitedeki 250 binden fazla farklı kitabın 2023 yılında 9 milyon, 2024 yılında ise 10 milyon adet satışının gerçekleştiği ve her iki yılın da kitap satışlarında ilk sırayı çocuk kitaplarının daha sonra edebiyat, kişisel gelişim ve eğitim alanlarındaki kitapların aldığı görülmüştür (Hepsiburada, 2024).

Anadolu Ajansı'nın İngiltere merkezli Dünya Kültürü Puan Endeksi'nden derlediği, kişi başı haftalık okuma süreleri baz alınarak oluşturulan dünya okuma alışkanlıkları ile ilgili verilere göre; 10 saat 42 dakika ile Hindistan, en fazla kitap okunan birinci ülke olurken; onu 9 saat 24 dakika ile Tayland ve haftada 8 saat ile Çin takip etmektedir. Sadece basılı kitapların değil gazete, dergi ve çevrim içi yazılı içerik gibi tüm öğelerin dikkate alındığı araştırmada Türkiye, kişi başı haftalık ortalama 5 saat 54 dakika okuma süresiyle listenin 18'inci sırasında yer almaktadır (Alaca, 2023).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin 24 Temmuz 2023'te yayınladığı “2022 Yaşam Kalitesi Modülü” verilerinde yer alan kitap okuma sıklığı oranlarına bakıldığında; son bir yıl içerisinde 15 yaş ve üzeri bireylerin %69'unun hiç kitap okumadığı, %31'inin ise en az bir kitap okuduğu; okul kitapları dışında en fazla kitap okuyan grubun 15-24 yaş aralığında olduğu (%50,9), en az kitap okuyan grubun ise 65 yaş ve üstü (%14,1) olduğu görülmektedir.



Şekil 134. TÜİK 2022 yaşam kalitesi modülü
(<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yasam-Kalitesi-Modulu-2022-49760>)

“Okuma tatmini ile okuma tercihi arasında büyük bir ilişki vardır. Seviyesinin altında veya üstünde bir kitap bireye hitap etmeyeceği gibi ilgisini çekmeyecek bir kitap da ona sıkıcı gelecektir. Bu durum bireyi okuma davranışından uzaklaştıracaktır” (Göksel, 2022, s.1898-1900). Her okurun kitap okuma sebebi ve kitaba yaklaşım şekli farklı olsa da okurların tercihleri üzerinde birçok ortak payda bulunmaktadır.

Bireylerin okuma tercihlerini ve okuma araştırmalarındaki eğilimleri incelediği makalesinde Ayşegöl Göksel; okuma tercihlerinin şekillenmesinde ve okunan eserin türünün seçiminde cinsiyet, yaş gibi faktörlerin önemli bir etkisinin bulunduğu, okuma tercihleri arasında en fazla kurgusal eserlerin yer aldığı, kızların kurgusal türleri erkeklere oranla daha fazla seçtiği, kızlar duygusal metinlere yönelirken erkeklerinse daha çok macera yüklü metinlere yöneldiği, dünya genelinde roman ve hikâyenin öncelikli olarak tercih edildiği, okurların kitap tercihlerinde sırasıyla en çok aileden daha sonra öğretmen, arkadaş tavsiyesi ve sosyal medyadan etkilendiği sonucuna ulaşmıştır. Aynı çalışma sonucunda, çok okuyan öğrencilerin bile ayda bir veya iki kitap okuduğunu belirten Göksel, okuma faaliyetlerinin evde bulunduğunda yatak odasında, okulda bulunduğunda sınıfta, sosyal ortamlarda bulunduğunda toplu taşıma araçlarında ve kurumsal olarak da okul kütüphanelerinde yapılmasının daha fazla tercih edildiğini belirtmiştir (2022, s. 1905). Kuşaklararası okuma alışkanlıklarına bakıldığında en çok okuyan kuşağın Y Kuşağı olduğu, kitabını sosyal medya yardımı ile seçen Z Kuşağının okuma oranlarında pandemi sürecinde artış yaşandığı, Sessiz Kuşak ve Bebek Patlaması Kuşağı üyelerinin kitap seçimlerinde “Çok Satanlar” kategorisine yöneldiği görölmüş; en çok satan kitap türlerinin sırasıyla romantik (1,44 milyar dolar hasıla), gizem (728,2 milyon dolar hasıla), dini-kişisel gelişim (720 milyon dolar hasıla), bilim kurgu (590,2 milyon dolar hasıla) ve korku (79,6 milyon dolar hasıla) türlerinde olduğu belirtilmiştir (Kocaman, 2022).

Bebek Patlaması Kuşağı üyeleri ile yapılan bazı çalışmalar, okumanın katılımcıların büyük bir kısmı için, yalnızlıkla baş etmenin, toplumun geri kalanı ile iletişimini sürdürmenin, stresle başa çıkıp rahatlamamanın bir yolu olarak göröldüğünü ve bu faydaların yanı sıra, yaşlılara yüksek sesle kitap okuma ve okunanlar üzerinde karşılıklı değerlendirme yapılmasının da kuşak üyelerinin sosyal etkileşimini güçlendirdiğini göstermektedir. (Hastaoğlu ve Çelik, 2023, s. 13). Şehirlerde yaşayan yaşlı yetişkinlerin kırsal kesimde yaşayanlara oranla daha çok okuduğunu gösteren bu çalışmalarda, daha düşük gelir ve eğitim düzeyine sahip yaşlı bireylerin daha az sıklıkla, daha az materyal okudukları sonucuna varılmış; gelişmiş ölkelerde, okuma uygulamaları hükümet, toplum ve aile kurumları tarafından teşvik edilen yaşlılarda okumaya ayrılan sürenin, kronolojik olarak yaşla birlikte artış gösterdiği saptanmıştır (Rothbauer ve Dalmer’den aktaran, Hastaoğlu ve Çelik, 2023, s. 13).

5.4. Türkiye’deki Okuma Alışkanlıklarında Dijital Yayınların Yeri

Dünya genelinde 2021 yılında yaklaşık olarak 1,5 milyon yeni kitap yayımlanmış, tüm teknolojik gelişmelere rağmen okuyucular (%66 oranında) basılı kitapları tercih etmiş ve yayıncılık sektöründe %9’luk bir payı olan e-kitap satışları, bir önceki yıla kıyasla 2021 yılında %8 oranında bir azalma göstermiştir (Kocaman, 2022). Okuyay Platformu’nun 2019 yılında yaptığı Türkiye Okuma Kültürü Araştırması sonuçlarına bakıldığında ise tıpkı ilgi ve merak duyduğu için okuma yapan bireylerin %72’sinin basılı kitap okumayı tercih ettiği gibi, iş ve okul gibi alanlarında gereklilik sonucu okuma yapan bireylerin de en çok basılı kitapları tercih ettiği görülmektedir (Bulat Demir, 2023, s. 265).

Labarre’e göre “yazılı bir metnin kitap olarak tanımlanabilmesi için yazıldığı ortamın taşınabilir, metni koruyan, yayılmasına imkân veren ve kullanışlı biçime sahip olması gerekmektedir” (aktaran Çoruh ve Hidayetoğlu, 2016, s. 182). Geçmişte taş üzerine kazıma metodu ile yazılan metinlerin zamanla ortamı değişmiş; gelişen ihtiyaçlara binaen kitap metinleri, sayısal ortamların okuma arayüzlerinde yeni yerini almıştır (Çoruh ve Hidayetoğlu, 2016, s. 182).

Bilginin dijital araçlar aracılığıyla aktarılmaya başlandığı bu yeni süreçte “okuma eylemi”, okur, yayınevi, yazar ve hatta kütüphane çalışanları için dahi farklı bir formata bürünerek “dijital okuma” adını almıştır (Odabaş, 2017, s.277). Bilgisayar, iPad veya cep telefonu gibi teknolojik imkanlar aracılığıyla e-kitap, sesli kitap ve pdf’ler şeklinde “dijital okuma” gerçekleştiren yeni tüketici profiline ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, yayınevleri “dijital yayıncılık” hizmetlerine başlayarak teknolojik temelli yeni yatırımlar yapmaya ve alt yapı sistemlerini geliştirmeye yönelmişlerdir (Bulat Demir, 2023:265).

Dijital yayıncılık kendi içinde kitap, dergi ve etkileşimli yayınlar şeklinde farklı alanlara ayrılrsa da piyasa da en büyük payın sahibi dijital kitaplardır (Delil, 2020, s. 690). Gerek üretimi esnasındaki basımı gerek tüketimi için dağıtımı konularında büyük emek ve çokça maliyet gerektiren kitapların maddi yüklerini okurlara yansıtmamak amacıyla dijital yayıncılığa yönelen yayıncılık sektörü, her ne kadar bu yolla okura daha rahat bir ortam üzerinden daha esnek bir yapı ile hizmet verse de (Odabaş, 2017, s.279) okuru zorlayan tarafları ve “elektronik kitap yayıncılığının sürdürülebilmesinin kullanıcıların eğilimleri ile doğru orantılı” olduğunu (Delil, 2020, s. 694) fark etmiştir.

Örneğin okur, sadece mental olarak hazır olduğunda basılı kitabına odaklanabilirken dijital okuma için hem mental hem de bilişim becerileri açısından okumaya hazır olmalıdır. Dijital

okuma yapmak isteyen okurlar, “dijital nesnelerin veri yapıları ve formatı, bunların görüntülenebileceği yazılım ve donanımlar gibi temel bazı becerileri kazanmak; okuma esnasında dikkat dağıtan uyaranları teknik bilgisi ile düzenleyebilecek ve zararlı etkenlere karşı koruma tedbirlerini yönetebilecek becerilere sahip olmak” zorundadırlar (Odabaş, 2017, s.286).

Yazar ve yayıncı haklarının korunmasının dijital ortamdaki zorlukları sebebiyle ortaya çıkan hukuki yetersizlikler, önüne geçilemeyen korsan yayıncılık vakaları, ciddi bir çaba, çalışma ve yatırım gerektiren teknolojik alt yapı yatırım ve hizmetlerinde istenilen seviyelerin yakalanamaması gibi durumlar da tüketicilerin dijital yayıncılığa karşı mesafeli durmasına sebep olmaktadır (Bulat Demir, 2023, s. 285-286).

Baskı maliyetlerini karşılayamadığı gerekçesiyle basılı hizmet vermeyi bırakarak tamamen dijital hizmet vermeye başlayan otuz yıllık İngiliz The Independent gazetesi, Türkiye’den on sekiz yıllık Radikal Gazetesi ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde yayınlanmakta olan Kıbrıs Postası Gazetesi gibi gazete yayıncılığında dijital çağa geçildiğini gösteren örneklerde de görüldüğü gibi (Odabaş, 2017, s.280) her ne kadar elektronik yayıncılık alanındaki günümüz şartları, e- yayıncılığın lehine gibi görünse dahi, yeni üretilen dijital içerik akımlarıyla paralel bir gelişim sağlayamaması durumunda e-yayınlar duyulan ilgi ve merakın azalma ihtimali oldukça yüksektir (Delil, 2020, s. 694).

5.5. Kitap Kapakları ve Tasarımların Satın Alma Tercihleri Üzerindeki Etkileri

Schopenhauer (2021, s. 22), Okumak, Yazmak ve Yaşamak Üzerine adlı kitabında “amacı bilgiyi duyurmak, yorumlamak ve aktarmak olarak tarif edilen ve kil tabletlerden papirüs rulolara, parşömen tabakalardan el yazmalarına evrilip sonunda matbu kağıtların içinde sükûn bulmuş olan ve adına kitap dediğimiz şeyden bugün ne anlayacağız” diye sorar ve yine kendisi cevap verir: “Kitaplar bir zihnin en saf özü, en mükemmel suretidir” (Schopenhauer, 2021, s. 69). Bireyin içinde bulunduğu zaman dilimi, dünya ve toplumla arasında kurduğu iletişim kadar kendisi ile kurduğu bağ için de en önemli unsurlardan biridir kitap (Ersan ve Öztok, 2024, s. 35).

Roland Barthes, modern kent insanının gündelik yaşamını sürdürürken, görünüşte birbirinden oldukça farklı olan ancak hepsi birer gösterge olan bir giysi, bir otomobil, hazırlanmış bir yemek, bir film, bir müzik, bir reklam görüntüsü, bir döşeme takımı gibi nesneleri hiç de farkında olmadan okuduğundan bahseder. “İnsan öncelikle ve de özellikle

görüntüleri, el-kol-baş hareketlerini, davranışları okur. Bütün bu okumalar toplumsal, ahlaksal, ideolojik açıdan öylesine değerler içerir ki, yaşamımızda çok önemli bir yer tutar” (Barthes, 2023, s. 185). Bir nesne olarak kitap kapağı ve onun taşıdığı anlam da tam olarak Barthes’in örneğinde olduğu gibidir. “Entelektüel, düşünsel ve duygusal gelişimin yanı sıra kişisel olgunlaşmaya ve sosyal uyumun yakalanmasına yardımcı olan bir beceri” (Palani’dan aktaran Göksel, 2022, s. 1898) olarak tanımlayabileceğimiz okuma eylemi, kitabın içeriğinden önce bir nesne olarak aslında kapaktan başlamaktadır. “Seçilen nesne ya da tarafla özdeşleşme, o nesne ya da tarafın algılanışını değiştirir. Her seçim, insanın kendisine ilişkin algılamasını değiştirdiği gibi objeye ilişkin algılamasını da değiştirir” (Vassaf, 2018, s. 119).

Objenin tüketicisi tarafından pozitif algılanması, benimsenmesi ve satışa yönelik talebe konu olması Bearden’a göre bazı kriterlere bağlıdır. Bu kriterler, tüketicinin istek ve ihtiyaçları karşılandıktan sonraki süreçte memnuniyetini sağlayan tüm ürün özelliklerini simgeleyen kalite, ürünün görünümünü belirleyen tasarım, değerini arttıran marka ve “ürünün depolanması, taşınması, korunması ve kullanılmasında rahatlık sağlamak amacıyla ürünü kaplayan malzeme”, yani ambalajdır (Bearden’dan aktaran Arslantaş, 2021, s. 21-22).

Nasıl ki ürün ambalajı tüketicilerin ilgisini cezbetmek için önemli bir görsel ipucu ise, kitap kapakları da ambalaj ile aynı görevi gören önemli birer pazarlama unsurudur. Kitabın renk ve kapak malzemesi aracılığıyla kalitesi hakkında; başlık, yorum, referans bilgisi, şekil ve resimler aracılığıyla ise içeriği hakkında bilgiler veren tüm biçimsel özellikler; yarattıkları olumlu izlenimlerle okurun satın alma niyetini pozitif yönde etkilemektedir. Bu noktada kapağa düşen asli görev, koruyuculuk ve sessiz satıcılıktır (Kurulgan ve Argan, 2006, s. 232). “Kitap kapağının tasarımı, bir kitabın en iyi reklam unsuru olabilmektedir” (Öksüz, 2022, s. 20).

Kapak tasarımlarında okurun algısını tetikleyen, olumlu tutumlar geliştirmesine vesile olan ve nihayetinde okuru kitabı satın alma eylemine iten biçimsel ve tasarımsal üstünlüklerden faydalanılmaktadır (Yemez, Bardakçı ve Karagöz, 2021, s. 63). Kitap seçimlerini etkileyen bilgi edinme, araştırma yapma, hoşça vakit geçirme, boş vaktini değerlendirme, kafa dağıtma gibi değişik sebeplerle bireyler, kitap satın alırken kitapların farklı özelliklerine dikkat etmektedirler. Hangi türde olursa olsun kitapların gerek kapak ve gerekse iç dizayn tasarımlarında kullanılan renk, şekil, fotoğraf, boyut ve tipografik unsurlar ile kitabın fiyatı, sayfa sayısı, kâğıt ve cilt kalitesi, yazarı, yayınevi, konusu, kaynakçası, anlatım dili ve

tavsiye edilip edilmediği şeklindeki nitelikler, okurun tüketici sıfatı ile satın alma kararı vermesinde önemli rol oynamaktadır (Yemez vd., 2021, s. 64).

Günümüz yayın sektörüne bakıldığında, kitabın okuruna kavuşması için biçimsel ve tasarımsal özelliklere dikkat edildiği (Kurulgan ve Argan, 2006, s. 245); renk, tipografi, illüstrasyon, sanat eserleri, fotoğraf, klasik tarz, minimal tasarım, grafik mizah ve soyutlamalar gibi farklı üsluplardan beslenildiği görülmektedir (Asan, 2021, s. 244). Bu metotları kullanarak kitap kapağını tasarlarken “eserin okuyucuda merak, heyecan ve kitabı alma arzusu uyandıran, dikkat çekici ve akılda kalıcı bir eser olmasını sağlayabileceği bir yol bulan tasarımcı, aynı zamanda kitabın satış grafiğinin yükselmesini, hitap ettiği doğru okuyucu kitlesi ile buluşmasını da sağlayabilir” (Ersan ve Öztok, 2024, s. 35).

Her sene milyonlarca satış gerçekleştirilen kitap piyasasında büyük oranda pay sahibi olmaya çalışan yayınevleri bu sebeple okurların tüketim kararlarını kendi lehlerine çevirebilmek için sürekli farklı yöntemler ve uygulamalar geliştirmekte, ünlü yazarlar kadar ümit vaat eden yeni yazarlarla da anlaşmalar yapmakta, vefat eden yazarların kitaplarının telif haklarını almaya çalışmakta ve yeni kapak tasarımcıları ile dikkat çeken tasarım mecralarında dolaşmaktadırlar.

Cehenneme Övgü adlı kitabında insanların tarihin hiçbir döneminde günümüzde olduğu kadar çok seçim yapmak zorunda kalmadığına ve başkalarını hiçbir zaman bu yüzyıldaki kadar seçtikleri şeylere göre değerlendirmediklerine değinen Gündüz Vassaf’a göre seçme hakkı ve neyin seçildiği artık çok önemlidir. Bu hak kişiliğimizin bir uzantısı, kimliğimizin bir parçası olmuştur. “Seçmek, tüketim maddelerinin günlük tüketiminde durmadan yinelenen, takviye edilen bir eylemdir” (Vassaf, 2018, s. 114-115).

Kamphuis’in 1991 yılında yaptığı araştırmalar okurların kitap seçimlerinde; yayınevinin, yazarın ününün ve kitabın tür, içerik, konu ve anlatım dilinin olduğu kadar kitap kapağının estetik görünümünü sağlayan biçimsel faktörlerinin de oldukça önemli olduğunu göstermektedir (aktaran Kurulgan ve Argan, 2006, s. 232).

Yemez vd., 2017 yılında, Sivas’ta yaşayan ve kitap okuma alışkanlığı olan on sekiz yaş üstü 289 öğrenciyle, “kapak tasarımı ve biçimsel özelliklerin kitap satın alma tercihi üzerindeki etkisini” incelemek amacıyla yaptıkları ankete katılan öğrencilerin yaklaşık %52’si Z Kuşağı, %48’i ise Y Kuşağı mensuplarından oluşmaktadır. “Kapak Tasarımı” ve “Biçimsel Özellikler” gibi kitap satın alma tercihlerinde rol oynayan faktörleri, öğrencilerin yaşları, aylık gelirleri, kitap okuma süreleri, kitap almaya ayırdıkları yıllık bütçe ve ödünç aldıkları

kitap sayısı gibi kriterlere göre inceleyen araştırma sonuçlarına göre; Y ve Z Kuşaklarına mensup öğrencilerin yaş farklarının kitap kapak tasarımlarına ve biçimsel özelliklere bakış açılarını etkilemediği, dolayısıyla da iki kuşak arasındaki yaş farkının öğrencilerin kitap satın alma tercihleri üzerinde de herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır (2021, s. 70).

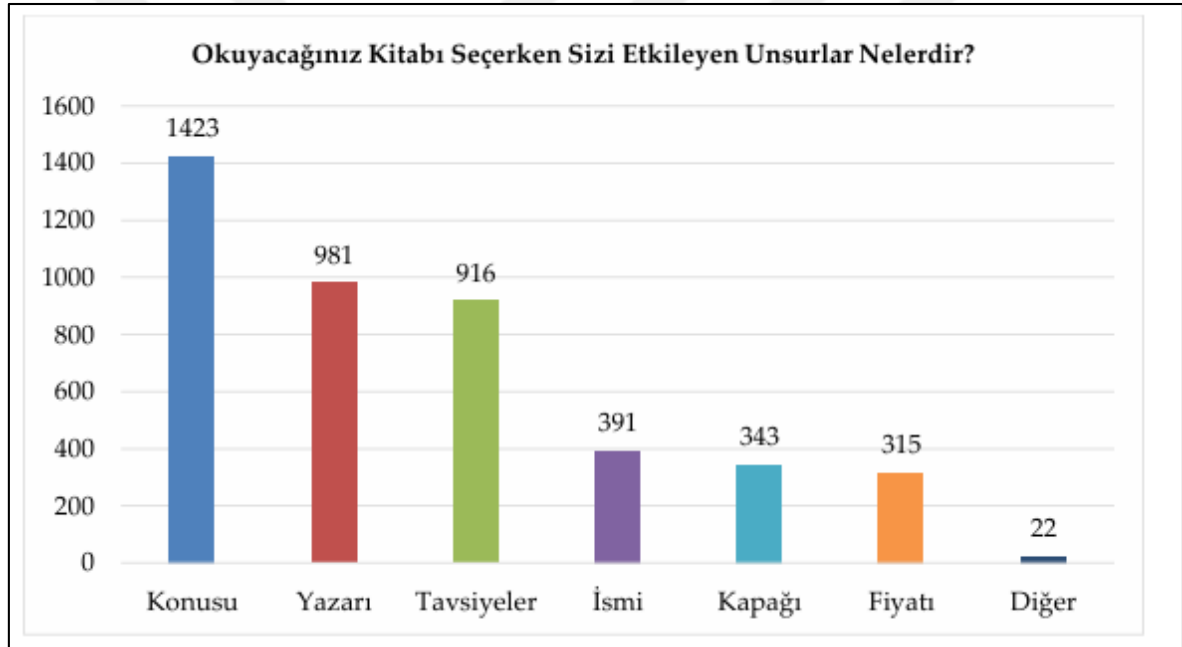
Aynı çalışmada katılımcıların sahip oldukları aylık ortalama gelirlerinin, kitap satın almaya ayırdıkları bütçe tutarı ve günlük kitap okuma sürelerinin de kapak tasarımlarını değerlendirme sistemleri üzerinde etkili olmadığı ve kitap satın alma tercihleri üzerinde anlamlı bir değişiklik yaratmadığı gözlemlenmiştir. Kitap satın alma tercihlerinde kitapların kapak tasarımlarından etkilenme oranı %36 olarak saptanırken; kitabın boyut, biçim, kâğıt türü, sayfa yapısı vb. gibi biçimsel özelliklerinden etkilenme oranı %14 olarak saptanmış; sonuç olarak her iki analiz birlikte değerlendirilerek kapak tasarımı ve biçimsel özellik faktörlerinin katılımcıların kitap satın alma tercihlerini toplamda %50 oranında etkilediği ifade edilmiştir. Araştırma sonuçlarında demografik faktörlere göre bir değişiklik göstermese de kitabın kapak tasarımı ve biçimsel özellikleri ile okuyucuların kitap satın alma tercihleri arasında, kitap pazarlamacılarının ve yayınevlerinin dikkate alması gereken, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki tespit edildiği üzerinde durulmuştur (Yemez vd., 2021, s. 71-75).

Yarı yapılandırılmış anket sorularıyla bir tez hazırlayan Özcan Öksüz'ün (2022) çalışmasındaki katılımcılar da “Kitap kapağı tasarımı sizin için önemli midir?” sorusuna %74,5 oranında ‘Evet, önemlidir’ derken “Sizce kitap kapağı tasarımı kitap satışına olumlu veya olumsuz etkide bulunur mu?” sorusuna ise %84,8 oranında ‘Tasarım, satışa olumlu etkide bulunur’ şeklinde cevap vermiştir.

Kübra Arslantaş'ın, kitap kapağı tasarımlarının tüketici satın alma niyetlerine olan etkilerini belirlemek amacıyla, 38'i Z Kuşağı, 408'i Y Kuşağı ve 126'sı X ve Bebek Patlaması Kuşağı üyesi olmak üzere 572 okur ile yaptığı çalışmada; tüketiciler için en önemli birinci faktörün renk faktörü (%60,028), ikinci faktörün boyut faktörü (%21,640), üçüncü ve en az öneme sahip faktörünse ile grafik tasarım faktörü (%18,157) olduğu şeklinde bir sonuç ortaya çıkmıştır (2021, s.71). %43'ünü lisans, %22,4'ünü ortaöğretim, %14,3'ünü yüksek lisans, %13,3'ünü ön lisans, %6,1'ini doktora ve %0,9'unu ise ilköğretim mezunlarının oluşturduğu katılımcılar renkler arasından da en çok turuncu rengi, boyut tercihinde cep boy yerine genel

boyu ve grafik tasarım faktörü olarak da görsel uyarıcıdansa sözs el uyarıcı seçeneğini seçmiştir (Arslantaş, 2021, s. 71).

Yakup Alan'ın farklı illerdeki 19 devlet  niversitesinin 17 farklı fakültesinde eğitim gören 1580 lisans  ğrencisi ile yaptđđ anketler üzerinden Türkiye'deki  niversite  ğrencilerinin kitap okuma profillerini incelediđđ makalesinde; okurların kitap seçimlerindeki en önemli faktör %32,4 oranıyla kitabın konusu olarak karşımıza çıkarken kitabın yazarı %22,3, kitabın tavsiye edilmiş olması %20,9, kitabın ismi %8,9, kitabın kapađđ %7,8, kitabın fiyatı %7,2 ve diğer unsurlar %0,5 oranıyla onu takip etmiştir. Veri grafiğinin şekil 135'de g sterildiđđ çalışmada, eserin popüler olması, sayfa sayısı, yayınevi, türü ve dil/üslup özellikleri işaretlenen diğer unsurlar kategorisinde değerlendirilmiştir (Alan, 2020, s.294).



şekil 135. Kitap seçimini etkileyen faktörlere ilişkin veriler

BÖLÜM VI

KUŞAKLARARASI İLİŞKİLER BAĞLAMINDA TÜRKİYE’DE YAYINCILIK TARİHİ VE CAN YAYINLARI

“Türkiye’de yayıncılık, matbaanın ortaya çıkmasıyla eş zamanlı olarak devletin bazı kanunlar getirmesi ve matbaa makinelerinin etrafında bir dünya oluşturması sonrasında, bir yazarın yazdığı kitabı okura ulaştırmasını sağlayacak mekanizmaların tanzimi amacıyla ortaya çıkmıştır” (Erken, 2016, s. 159).

Batı’daki yayınevleri için holdingleşme ve büyüme kavramı yaygınken, Türkiye’deki yayınevlerini; Yapı Kredi, İş Bankası, Vakıfbank, Akbank gibi banka-holding kaynaklı yayınevleri, yayıncılık alanında kazandığı öz sermayesi ile büyüyen yayınevleri ve ekonomik gücü yüksek tüccarlar tarafından desteklenen yayınevleri olarak sıralayabiliriz (Erken, 2016, s. 123). Günümüzde varlığı devam eden tüm yayınevleri Cumhuriyetin ilanından sonra kurulmuş yayınevleri olup en eski yayınevleri sırasıyla; Remzi, İnkılap, Varlık Yayınevleri ile Bedir, Altın, Bilgi Yayınları gibi ömrü 50 yılı aşmış yayınevleridir (Erken, 2016, s. 109).

Türkiye’deki yayıncılık tarihine baktığımızda birçok yayınevinin kapanmak zorunda kaldığı görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğu zamanından başlayarak uzun süre yayıncılık yapmış Hilmi Kitaphanesi ve Ahmed İhsan Matbaası ile 80’li yıllara kadar devam edebilmiş Türk Neşriyat Yurdu, Semih Lütüphanesi ve Kanaat Kütüphanesi kapanan ilk yayınevleri arasındadır. Birçok kitap yayını olduğu halde basımları duran yayınevleri arasında Toplum Kitabevi, Alan, Gerçek, Habora Yayınevleri, Ana Yayıncılık, Yön, Ant, Nehir, Afa ve Akabe Yayınları gibi örnekler sayılabilir (Erken, 2016, s. 109).

Bu yayınevlerinin kapanma sebepleri arasında; zamana ayak uyduramamak, teknolojik yeniliklere gerek sistemsel gerek ekonomik yönden yetişememek, yeni birçok yayınevinin açılmasıyla piyasada meydana gelen daralmaya karşı koyamamak gibi sebepler yanında yeni kuşakların gerek içerik ve gerekse kapak tasarımları noktasındaki beklentilerini

karşılayamamış olmaları da yer almaktadır. Yayınevlerinin kendi iç yönetim sistemlerinde eski kuşak çalışanlarının tecrübelerini yeni kuşak çalışanların vizyonu ile entegre edememesi de şirketlerin kapanması noktasında büyük bir etkidir.

Günümüzde giderek artan sayıda şirket, bünyesinde barınan farklı birkaç kuşak arasındaki iletişim sürecini verimli ve etkin bir şekilde yönetmenin yollarını aramakta; yeni neslin bakış açısı ve becerilerini önceki kuşakların tecrübe ve bilgi birikimiyle buluşturacak zemin hazırlamaya çalışmaktadır. “Bu süreç ancak farklı kuşakları temsil eden iş anlayış ve pratiklerinin karşılıklı müzakere edilmesi, çatışma ve iş birliği hususlarının saptanması, şirketin vizyon, misyon ve politikalarının güncellenmesi gibi pek çok bileşeni kapsamaktadır” (Kılıç ve Yıldırım Becerikli, 2023, s. 72).

Bugün artık dünyada ve Türkiye’de hemen hemen her sektörde yöneticilerin başvurduğu, yeniliklerin iştahlı takipçileri olan genç kuşağa deneyimli liderleri eğitme şansı veren, yeni nesil usta-çırak ilişkisi olarak da adlandırabileceğimiz tersine mentorluk sistemi, “yeni jenerasyon bir başlangıç seviye çalışanın, üst kuşaktan deneyimli bir yöneticiye, tüketimin yeni dünyası ve yeni iş yapma biçimlerine dair iç görülerini aktarmasıdır. Tersine mentorluk, tecrübenin sonsuz döngüsünü hikayelerle; geleceğin ışığını yaratıcılıkla birleştirerek geçmiş ve geleceği buluşturmaktadır” (Kuran, 2022, s. 109-110).

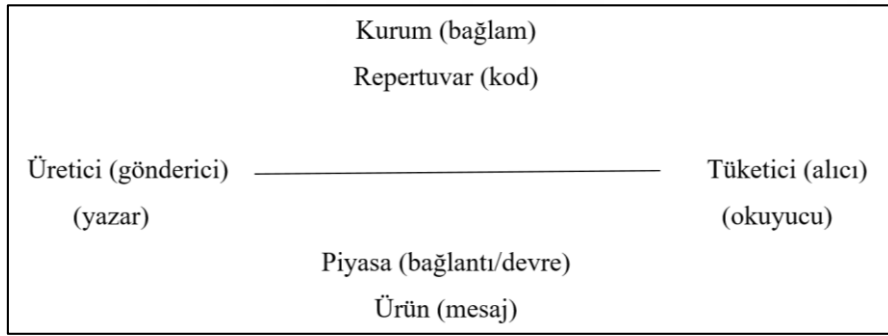
“Kuşaklararası iş birliği, farklı kuşaklardaki kişilerin belirli ve ortak bir amaç etrafında toplanarak faydalı ve verimli bir çalışma ortaklığının gerçekleştirilmesidir” (Javrh ve Kalın’dan aktaran Öztıp, 2022, s. 70). Amaçlarını önceden belirleyen bireyler, hedefleri çerçevesinde tecrübe ve bilgi paylaşımı yaparak; kurulan bu iletişim aracılığıyla yeni fikir ve yaklaşımlarını birbirlerine aktarmakta bunu yaparken oluşan etkileşimin kuşaklararası çatışmayı en aza indirgeyeceğini varsaymaktadırlar.

Innosight’ın sermaye, likidite, pazar payı gibi kriterleri göz önünde bulundurarak seçtiği, Amerika'daki değeri en yüksek 500 şirketin hisse senetlerinden oluşan Standart and Poor’s 500 endeksi şirketlerinin tepe yönetimleriyle 2016’da yaptığı Kurumsal Uzun Ömürlülük Araştırması’nda; “Değişime cevap vermenin önündeki en büyük engeliniz nedir?” sorusuna tepe yöneticilerinin %40’ı “Günübirlik kararların stratejimizi baltalaması”, %24’ü “Kolay anlaşılır bir vizyonun eksikliği”, %14’ü “İnovasyonu destekleyecek sistemlerin olmayışı”, %12’si “Doğru yeteneklerin olmayışı” ve % 10’u ise “Güçlü fikirlerin eksikliği” olarak cevap vermiştir (Kuran, 2022, s. 52).

6.1. Yayınevi Okur İlişkileri

Batı’da kurumsallaşmış ajans sistemleri, aracı kurum olarak yayınevi ve yazar arasında görev yapabilirken bu durumun Türkiye’de sınırlı sayıda olması sebebiyle yazar ve yazar adayları; metin taslaklarını değerlendirilmeleri amacıyla, yayınevlerine doğrudan göndermektedirler. “Örneğin artfulfilling.com adresli internet sitesinde Can Yayınları, Doğan Yayınları, Remzi Yayınları ve Altın Yayınları ile yapılan röportajlarda, her bir yayınevi yıllık ortalama 500’ün üzerinde dosyaya cevap verdiklerini dile getirmektedir” (Erken, 2016, s. 74).

Even-Zohar’ın, “edebi olarak nitelendirilen faaliyetlerin kaynaklandığı ilişkiler ağı ve bu faaliyetlerin bizzat kendileri” olarak tanımladığı edebiyat sistemi, üreticiler (yazarlar) ile tüketiciler (okuyucular) arasındaki ilişkileri belirlemekte; “bu ilişkiler bir yandan kurumun (yani yayınevi, dergiler, eleştirmen, yazar grupları, devlet makamları, eğitim sistemi, medya organları vb.) ve repertuvarın aracılığından geçerken, diğer yandan da piyasanın aracılığından geçmektedir. Bu piyasa, kitabeveleri ve kütüphaneler gibi satış/ dağıtım yerlerinin yanı sıra, ürünün dolaşımında devreye giren tüm aktörleri ve faaliyetleri de içermektedir” (Sapiro, 2019, s. 41).



Şekil 136. Edebiyat sistemi (Even- Zohar, 1990, s. 31)

Bir tüketim ürünü olarak yayınevleri veya kuruluşlar tarafından üretilen kitapların, çeşitli pazarlama taktikleri kullanılarak tüketicisine yani okuruna ulaştırılması amaçlanırken; tüketicinin kendine özgü duygu, düşünce ve fikirlerle ona sunulan kitaplar arasından seçim yaparak satın alma davranışı gerçekleştirmesi beklenmektedir (Öksüz, 2022, s. 17). “En tipik, en sık görülen seçim davranışı, insanı seçtiği şeyin sahibi olmaya götüren davranıştır. Sonunda sahipleneceğimiz şeyleri seçmek üzere koşullandırılırız. Sahip olmakla güçleniriz. Gerek satın alma eylemi gerekse sahip olma durumu, insanı güçle donatır” (Vassaf, 2018, s. 116). Okur, satın alma eylemi sonunda bu güce kavuşmuş olmayı sever.

Satın alma eylemi noktasında tüketici davranışlarını belirleyen en önemli unsurlardan biri yayınevlerinin okurlar üzerinde oluşturduğu etkidir. Okurun duygu ve düşünce yapısı ile ilişkili olan bu durum, yayınevinin duruşu ve pazarlama taktikleri ile de şekillenebilmektedir. Birer pazarlama nesnesi haline getirilen kitapların yayınevleri tarafından çeşitli yollarla görünür hale getirilme gayretleri ve kitabın çok satması “Trend oluşturan mekanizmalar” olarak tanımlanan yollar ile gerçekleşmektedir. “Trend oluşturan mekanizmalar şunlardır; dağıtım firmaları, kitapçılar, eleştirmenler ve kitap ekleri, yerel ve küresel popüler kültür. Bu dört ayaklı mekanizma, bir kitabın çoksatar haline gelmesini sağlamaktadır” (Erken, 2016, s. 105).

“Farklılaşmanın ve rekabette üstünlüğün kutsandığı ekonomik ve toplumsal yapı içinde, bir yazarın kitabının pazarlama iletişim faaliyetleriyle aynı türdeki diğer kitaplardan farklılaşması ve okuyucu nezdinde farkındalık yaratılarak geniş bir okur kitlesine “çok satan roman yazarı” sıfatıyla ulaşması “marka” olarak tanımlanmasının işaretleri olarak yorumlanabilir” (Canbay, 2015, s. 204). Yayınevinin markalaşmış olması ve yarattığı etkili görünüm bir marka imajı oluşturmakta; tüketici, seçenekler arasında tercihini yaparken markanın çeşitli özelliklerinden etkilenererek o imajı dolayısıyla da o yayınevini kendine daha yakın, daha uygun bulabilmektedir (Öksüz, 2022, s. 21). Bazen yayınevinin tek başına markalaşmış olması yetmez; kitaplarını bastığı yazarlarını da marka yazarlardan seçmesi gerekir. Yayınevi ile yazar arasında kurulan bu güç birliği sayesinde hem yazar hem yayınevi daha büyük ve daha bağlı bir okur kitlesine kavuşmayı bir nevi garantilemiş olur.

Dünya genelinde yayıncılık piyasalarının genişlemeye başlaması, daha çok yurt dışında yaygın olup henüz yurt içinde tam da karşılığını bulamayan çoksatar kitap fenomeninin doğumunu hazırlamış; “dünyaca ünlü Harry Potter, Yüzüklerin Efendisi gibi örneklerden sonra dönem içinde yurt dışındaki yayıncılarla ilişkilerin artmasının da etkisiyle, uluslararası çoksatar kitapların Türkçe ’ye tercümesi ve Türkiye’de de çoksatar kitaplar arasına girmesi olgusu ortaya çıkmıştır” (Erken, 2016, s. 118). Bugün artık hayatta olmayan Jack London, Stefan Zweig, Victor Hugo gibi markalaşmış yazarların ülkemizde çok satan eserleriyle aynı anda birden çok yayınevinde telif hakkının varlığı, yayınevleri arasındaki rekabeti arttırmakta ve dolayısıyla aynı isim ve içeriğe sahip bu kitapların satın alınmasında kapak tasarımlarının tercih edilirliliği büyük önem kazanmaktadır. “Söz konusu bombardımanı düşündüğümüzde hikayeler sıklıkla dikkati dağılan ve odağını kaybetme riskiyle karşı karşıya olan okurların daha berrak bir zihinle mesajı idrak etmesini kolaylaştırır. Tüm bu

mesaj karmaşasının içinde iyi bir hikâye anlatan ya da hikâyeyi iyi anlatan ayırır” (Kuran, 2022, s. 113). Kapak tasarımı, tasarımcısının anlattığı hikâyedir; hikâyesini daha iyi anlatan kitabını daha çok satar.

Her ne kadar markaların geleneksel alışkanlıkları olsa da ürün veya hizmetin içerik kalitesinin artık çok da ayrıştırıcı olmadığı günümüz şartlarında, diğerlerinden ayrılmak isteyen markaların ürün içerikleri kadar bağlama da odaklanması gerektiğini savunan Evrim Kuran’a göre bağlam, “o markanın müşterisi olduğumda ait olacağım topluluk, yaşayacağım deneyim, hissedeceğim duygu, yani parçası olacağım hikayeleri” içinde barındırmaktadır. “Evet hâlâ içerik kral ama bağlam da kraliçe” dir (Kuran, 2022, s. 106).

“Telgraftan Tablete” adlı kitabında Kuran, performans yönetimlerine dair önemli sorulara değinmektedir. Kuran’ın sorduğu sorular dikkate alındığında yayınevi performansları sistemine sorulması gereken bazı sorular şu şekilde olmaktadır: “Yayınevi ile tanışıklığımız arada bir aldığımız bir kitap aracılığı ile mi yoksa kitaplığımızdaki kitapların hatırı sayılır bir kısmı bu yayınevinden mi çıkmış?”, “Yayınevi her geçen gün bir değer yaratma ve yarattığı değeri arttırmaya mı, yoksa nihai rakamlarda fark yaratmaya mı odaklı?”, “Tasarımcı, yazar ve yayınevi arasında iş birliği var mı?”, “Yayınevi, yeni neslin en önemli ihtiyaçlarından biri olan sürekli geri bildirim sağlama niteliğini taşımaya haiz mi?”, “Yayınevi yönetiminde işler yargılayıcı bir tarzla mı yürütülüyor yoksa olumlayıcı sorgulama yönetimi mi baz alınıyor?”, “Yayınevi okur kaybını sadece maddi kayıp olarak mı değerlendiriyor yoksa her profilden okurun okurluk sıfatını gerçekten önemsiyor mu?”, “Yayınevi iyi izlenim yaratmayı mı cesaretlendiriyor, iyi iş yapmayı mı?” (2022, s. 116).

Bu sorulara John Thompson’ın Merchants of Culture adlı kitabında bahsettiği, yayıncılığa ait beş tip sermaye modeli üzerinden cevap verilebilir. Türkiye’deki yayıncılık sektörü için de geçerli olan bu sermaye modelleri; yayınevlerinin finansal gücünü gösteren ekonomik sermaye, yayınevi bünyesinde çalışan bireylerin bilgi, yetenek ve tecrübe birikimini gösteren insan sermayesi, şirket ve çalışanlarının birbirleri ve dış dünya ile aralarında kurdukları sosyal ilişkileri gösteren sosyal sermaye, yayınevinin telif haklarını aldığı, sözleşmeli olduğu kitapların entelektüel içeriklerini gösteren entelektüel sermaye ve yayınevinin sahip olduğu prestij ve statüyü gösteren sembolik sermayedir. Thompson’a göre: “Sosyal alan içinde bir yayınevinin pozisyonu bu beş sermaye türünün birbiriyle bağlantılı toplamına denktir. Bir yayıncı, sadece finansal risk alan bir ekonomik işletme değil, kültürel ortamı oluşturan,

insanların zevklerini şekillendiren ve onlardan etkilenen bir birimdir” (Thompson’dan aktaran Erken, 2016, s. 120).

Doğru kullanılan bir sembolik sermaye, yayıncılara yalnızca prestij kazandırmaz aynı zamanda yayınevini finansal olarak da güçlendirir. Uzun yıllar ayakta kalmayı başaran ve her geçen yıl yeniliklere ayak uydurarak kalitesini arttıran yayınevleri bunu ispatlamış olmaktadır. Yayıncı ve yayın ortamı ile okur ve yazar arasında sıkı bir şekilde kurulacak güven duygusu da ekonomik bir başarıya dönüşebileceği gibi kazanılacak sembolik sermaye, yayınevinin sahip olduğu diğer kitapların satışını da pozitif yönde etkileyecektir. Bourdieu’ye göre: “Sembolik sermaye, bir seferde oluşmaz ve gündelik ilişkiler içinde birike birike meydana gelir. Bu sermaye, görünmez bir sermaye ve güç oluşturur” (Bourdieu’dan aktaran Erken, 2016, s. 121).

Yayıncılık alanında hedef kitlesi ile arasında John Thompson’ın sermaye modelleri köprüsünü başarıyla inşa etmiş yayınevlerinden biri olan Can Yayınları, bu başarısını kurulduğu ilk yıldan başlayarak 44 yıldır yayıncılık sektöründe ilk on listelerinden hiç düşmeyerek ispatlamış bulunmaktadır.

6.2. Can Yayınları

Can Yayınları’nın kurucusu 1935 doğumlu Erdal Öz, daha çok öykü türünde eserler vermiş olsa da Türk edebiyatında roman, gezi yazıları, çocuklar için hazırladığı eserler ve yayıncılık alanında verdiği hizmetlerle tanınmaktadır (Rüzgar, 2018, s. 1). 50’li yılların sonlarından 2006’da hayata veda ettiği döneme kadar çok çeşitli eserler veren Erdal Öz’ün öykü, roman, gezi yazısı ve çocuk kitapları; Odalarda (1960), Yorgunlar (1960), Kanayan (1973), Yaralımsın (1974), Deniz Gezmiş Anlatıyor (1976), Dedem Korkut Öyküleri (1979), Alçacıktan Kar Yağar (1981), Gülünün Solduğu Akşam (1986), Havada Kar Sesi Var (1987), Kırmızı Balon (1990), İhlamlar (1994), Sular Ne Güzelse (1997), Allı Turnam (1998), Cam Kırıkları (2001), Defterimde Kuş Sesleri (2003), Babam Resim Yaptı (2003) şeklinde sıralanabilir (Yıldırım, 2015, s. 26).

1953 yılında kaydolduğu İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi eğitimini yarıda bırakarak tamamen edebiyata yönelen yazar, yakın arkadaşları Adnan Özyalçın ve Kemal Özer ile birlikte 1956 yılında A Dergisi’ni çıkarmaya karar verir. “Bu kararlarında yazdıkları öyküleri önde gelen gazetelerde yayımlatmakta zorlanmaları ya da geri çevrilmeleri,

özgürlükçü düşünce sisteminin edebiyata yansımaları istemeleri gibi etkenler ön plandadır” (Yıldırım, 2015, s. 14).

İçeriğinde gerek Öz’e ait yazıların gerek Edip Cansever, Sezai Karakoç, Onat Kutlar, Ferhat Sılacı, Cemal Süreya, Mehmet Fuat İlhan Berk, Turgut Uyar gibi dönem yazarları ile yapılan röportajların yer aldığı bu aylık dergi, her ne kadar Hüseyin Cöntürk, Yusuf Atılgan ve Edip Cansever gibi yazarların maddi desteğini de olsa bir süre sonra maddi imkansızlıklar sebebi ile kapanır (Rüzgar, 2018, s. 10). Daha sonra önce Akis dergisinde çalışan Öz, 1961 yılında Türk Dil Kurumu (TDK) ’nda çalışmaya başlamış; bu dönem dergici yönü tekrar ağır basınca yeni bir dergi olan Değişim’i yayın hayatına sokmuştur. (Yıldırım, 2015, s. 17). Yedinci sayısı itibarıyla bu dergiyi de devam ettiremeyen yazar; Yakup Kadri, Falih Rıfkı, Refik Halid, Abdülhak Şinasi Hisar, Halikarnas Balıkcısı, Âşık Veysel, Ahmet Muhip Dırnas, Behçet Necatigil gibi önemli yazarları konuk ettiği programlarıyla Ankara Radyosu’nda çalışmaya başlar.

Erdal Öz, 1962 yılındaki bu görevinin ardından 1964 yılında, Ankara’da, yaklaşık on yıl boyunca işleteceği Sergi Kitabevi’ni açar (Rüzgar, 2018, s. 12). 1974 sonrası, bünyesinde aynı zamanda editörlük yaptığı Cem Yayınevi’ne ortak olan Öz, burada yayınevinin Arkadaş Kitaplar adıyla çıkan çocuk serisini hazırlar. Ancak bir süre sonra bu ortaklıktan da ayrılarak 1981 yılında ömrünün sonuna kadar başında duracağı Can Yayınları’nı kurar.

Erdal Öz, 1981 yılında, geçmiş yayıncılık tecrübelerinin başarılı bir neticesi olarak oğlunun adını verdiği Can Yayınları’nı kurarken; basın dünyası ile içli dışlı olması, kitapçılık ve yayıncılık alemiyle önceden tanışıklığı gibi sebeplerle aslında matbaacı, dizgici, ciltçi gibi alanın esas emekçileri ile de yakın ilişki halinde olup yeni firmasını kurma teşebbüsünde de onlardan çokça destek görmüştür. Bu onun alanda kolayca yol bulmasını sağlayacak en önemli sermayesi olan sosyal sermayesi olmuştur (Erken, 2016, s. 131).

Erdal Öz’ün Arkadaş Kitaplar’ dan edindiği birikimi ve tecrübesi de ona Can Yayınları bünyesinde Kardeş Kitaplar dizisi aracılığıyla çocuk edebiyatı serisi oluşturması için olanak sağlamıştır. “Bu seride Erdal Öz, Süreyya Berfe, Abdülkadir Bulut, Nezihe Meriç, Orhan Kemal, Ülkü Tamer gibi yerli yazarlar yer alırken; Rene Guillot, Andre Maurois, Lev Tolstoy ve Andersen gibi dünyaca ünlü çocuk masalları yazarı yabancı yazarlar da yer alır” (Yıldırım, 2015, s. 23). Öz, çocuk dizisinin ardından, içeriğinde Agatha Christie, Steinbeck, Salinger gibi yabancı yazarların yer aldığı, çağdaş klasikler adıyla yayımladığı Dost Kitaplar gençlik dizisini, Çağdaş Türk ve Dünya Edebiyatı dizilerini de yayınlamıştır (Yıldırım,

2015, s. 23). Can Yayınları, okurlarını daha kurulduğu ilk yıllarda dahi dünya edebiyatından Güney Amerikalı ve Avrupalı birçok yazarla tanıştırmıştır (Rüzgar, 2018, s. 3).

Çocuk serisi, gençlik serisi, dünya edebiyatı dizisi derken “Can yayınları, 1981’de en çok kitap yayımlayan yayınevi olur” (Rüzgar, 2018, s. 15). Günümüzde hâlâ özellikle edebiyat alanında her yıl en çok satan on yayınevi arasında yerini alan yayınevinin başına, 2006 yılında, babasının ölümünün ardından Can Öz geçerek yayıncılık bayrağını devralmıştır.

Bir Sessiz Kuşak üyesi olan Erdal Öz ile arasında iki kuşak bulunan, Y Kuşağı üyesi 1980 doğumlu Can Öz, Saint Michel Lisesi’ni bitirmiştir. 1999 yılında gittiği Boston Üniversitesi’nde sosyoloji eğitimi almış ve 2006 yılında babasının vefatı sebebiyle Türkiye’ye dönerek Can Yayınları’nın başına geçmiştir. Öz; 2015’te Bağış Erten, Caner Eler ve Onur Erdem ile birlikte Socrates Dergi’yi, ardından Socrates Bistro ve Socrates Almanya’yı kurmuştur. 2017’de Kress Media’nın Alman medyasının geleceğini şekillendirmeye aday olarak gösterdiği 10 yayıncı arasına girmeyi başaran Can Öz, halen Socrates Dergi’nin genel müdürüdür.

Can Öz, Ayşe Arman’la 2016 yılında yaptığı röportajda babası tarafından her zaman onaylanmak arzusu olduğundan bahsetmiştir: “Herhangi bir şeyde, tırnak içinde başarılı olduğum zaman, müthiş bir tatminsizlik geliyor hemen. Sanki hep bir şeyler daha yapmam gerekiyormuş gibi bir duygu. Herhalde bu, babamın oğlu olmanın mirası”. Bu açıklama akıllara Lahaye’nin “Aile gündelik yaşamı içerisinde gelecek kuşaklara bir habitüs bütünü aktarmaktadır. Zaman içinde ailenin değişimi ile bu aktarım zorlaşacaktır. Fakat aktarılmış olan kültür ve o kültürü taşıyan bellek içerdiklerini ya da içselleştirdiklerini taşımaya devam edecektir” sözünü getirmektedir (Lahaye’dan aktaran, Canatan, 2022, s. 46).

Üniversitedeki yıllarına kadar babası ile aralarındaki ilişkiyi “mesafeli” olarak tanımlayan Öz, üniversite yıllarında öykü yazmaya başladığını, yazdığı öyküleri babasına yollayarak onun ilgisini çekmeye çalıştığını belirtmektedir: “O mektuplaşmalarımızdaki yakınlık anlatılamaz bir şeydi. Hâlâ doğru dürüst bakamam o mektuplara, çok duygulanırım. Müthiş bir ilişki, aşkla kurulan bir ilişki. Bayılırdı çünkü yazdıklarına” (Arman, 2016). Ancak uzaktan kurulan bu duygusal bağın yakına gelindiğinde kurulamadığı, yüz yüze mesafelerin ve kuşaklararası çatışmaların tekrar tekrar yaşandığı bu ilişkide; yeni kuşak oğulun kendini bir türlü eski kuşak babaya beğendiremediği bir sürecin sonunda Can Öz, evden ayrılarak Ankara’ya yerleşir.

Geleneğin sürdürülmesi, kuşaklararasıda eski kuşaktan yeni kuşağa değerlerin aktarılması yoluyla gerçekleşmekte; bu aktarım vesilesiyle düşünce yapısı, zihniyet geçişi yaşanmaktadır. Teknolojik değişimlerin art arda gelen kuşakların iş yapma biçimlerini değiştirmesi, sonraki kuşakların zihniyetlerini etkileyerek kuşakların birbirlerini anlamasını zorlaştırmakta; kuşaklararası ilişkilere yansıyan bu durum, kuşaklararası çatışma üreterek yeni bir ilişki düzeni kurmayı gerektirmektedir (Canatan, 2022, s. 47).

Can Öz, “bir uzaklaşma ve kaybolma dönemi” olarak tanımladığı bu dönemin sonunda babasından özür diler ve kısa süre sonra rahatsızlanan babasının vefatının ardından o özür konuşmasını iyi ki yapmışım der. Özür dileme gerekçesi olarak babasının yaşadığı sıkıntıları, verdiği tepkileri anlamaya çalışırken aslında ona saygısızlık ettiğini fark ettiğinden bahseder: “Babam, çok saygı duyduğum, çok sevdiğim, bu hayatta çok da kesişemediğim, çözemediğim bir adam. Hâlâ okuyorum işte. Hâlâ 18 yaşında âşık olduğu kadına yazdığı aşk mektuplarının peşinden koşuyorum. Yayınlanmamış metinler arıyorum. Bitmiyor. Sürekli onu merak ediyorum” (Arman, 2016).

Canan Hatiboğlu ile yaptığı söyleşide (2012) “Erdal Öz’ün yayınevinin geleceğiyle ilgili planları ve öngörülleri nelerdi?” sorusuna babasının yazarlığa zaman ayıramama sebebi ile yayınevinin büyümesinden çokça şikâyetçi olduğu şeklinde cevap veren Can Öz babasının kendisine bıraktığı en büyük sorumluluğun babası yaşasa ondan alacağı bir “aferin” sözünü hak edecek şekilde işini hakkıyla yapmak ve bunu başardığında hissedeceği duyguyu her daim kovalamak olduğunu söylemiştir. Hatiboğlu’nun “İkinci kuşak yöneticilik nasıl? Birinci kuşaktan beri ne değişti?” sorusuna ise: “Erdal Öz yok, en çok değişen o. Yayıncılıkla ilgili konuştuğum her şeyi ben ondan öğrendim. Onun eksikliğini hayatımın her yerinde hissediyorum” şeklinde cevap vermiştir.

Sevim Gözay’ın (2016) kendisi ile yaptığı röportajda Can Öz, “Yayınevinizin çizgisini nasıl tanımlarsınız?” sorusuna; yayınevini başlangıç ve bugün arasındaki bir doğru çizgisi gibi tanımlayarak “Başlangıç noktası Erdal Öz’ün yayınevi olması. Yani iyi edebiyat yayınlayan, beğenmediği kitabı sırf satacak diye yayınlama girişiminde bulunmayan, sadece istediği, sevdiği kitapları yayınlayan bir yayınevi” şeklinde cevap vermiştir. Öz, yayınevinin bugünkü farkını ise ülkedeki genel değişimler dikkate alınarak, var olan pozitif özelliklere kapak değişimleri, e- kitap hizmeti gibi onu çağa yaklaştıran eklemeler yapılması olarak açıklamıştır. “Bunlar bugünkü okuru çağırmak, “bak burası çok güzel” demek için yaptığımız şeyler. Bu yenilikler dışında kimliğini korumaya devam ediyor ve kalıcı olan da

bu kimliğidir Can Yayınları'nın. İyi edebiyattan ödün vermeyen ve düşünce özgürlüğünü savunan bir yayınevi”.

Aynı röportajda, satışlarda kitap kapağının önemine değinerek kötü tasarlanmış bir kitap kapağı ile kitap satışının neredeyse imkânsız olacağını, iyi bir kapağın kitap satışını garantilemese dahi kitabın satılma şansını arttıracacağını düşündüğünü ifade etmiştir. “Benim için çok satan çok önemli bir faktör değil, sürekli satan önemli, longseller” (Gözay, 2016).

Özlem Tuna'nın 2023 yılında kendisiyle yaptığı röportajda sorduğu “Kitap satın alma kararı verirken, görsellik ne kadar ön planda?” sorusuna da Can Öz, her ne kadar metnin, kitabın hikayesi ve dil bilgisinin iyi olmadığı yerde tasarımın kurtarıcı olamayacağını düşünse de görselliğin çok önemli olduğu cevabını vermiş; her şeyin elle yapıldığı, yılda sadece 60 kitabın çıktığı, yayınevi sayısının oldukça az olduğu 1980'lerde “Bir kitabın Can Yayınları olduğunu bilmek edebiyat kitabı olduğunu ifade ediyordu. Okur gördüğü anda algılıyordu; bu kapak bunun yanıttıydı. Bugün bunu anlatmak yetmiyor. Çünkü bugün senede elli beş bin kitap çıkıyor” demiştir.

6.2.1. Kuşaklararası Geçişte Kapak Tasarım Farkı: Beyaz Kapağın Değişimi

Erdal Öz'ün vefatının akabinde yayınevinin başına geçen Can Öz, 2014 yılının ocak ayında büyük bir değişime imza atarak, Can Yayınları imzalı kitapların kırmızı kalpli klasik beyaz kapak tasarımlarından vazgeçmiş; bunun yerine her kitap için farklı tasarımlar oluşturulmasını ön gören bir anlayış benimsemiştir (Çite, 2018). “Bazı değerler farklı şekilde canlandırılabilir ve bireysel gelişim ve sosyal değişim sırasında anlamları değiştirebilir. Kültürün nesiller arası aktarımı, değerler ve davranış arasındaki ilişkileri değiştirebilir ve yenilikleri teşvik edebilir” (Birinci, 2022, s.86). Beyaz kapakları sevdiğini ve kendisinin de zaman zaman özlediğini dile getiren Öz için: “Can Yayınları tasarımı; nostaljik, kıymetli ve tarihi değeri olan bir tasarım” (Tuna, 2023).

Can Yayınları'nı devraldıktan sonraki süreci babasına karşı bir meydan okuma olarak değil devam ettirilmesi gereken bir yayınevinin, eski yayın politikasını koruyarak, kurumsallaşma ve profesyonelleşme süreci olarak gören Can Öz; aslında babasının da hayattayken kapakları iki kez değiştirmeye çalıştığını ancak belki de çok kararlı bir duruş sergileyemediği için okurlardan büyük tepkiler alarak vazgeçtiğini söylemektedir: “Kapakları artık zamanı geldiği için değiştirdim. Bu, babama meydan okuma değil yani. Can Yayınları'nı değil,

yazarları öne çıkarmak istiyordum. Kapakları değiştirdiğimizden bu yana, yani iki sene içinde, yayınevi yaklaşık yüzde 110 kadar büyüdü. Bu çok net bir rakam” (Arman, 2016).

Can Yayınları’nın kapak değişim süreci 2014 yılında tasarımcı Utku Lomlu ile başlamıştır. Lom Creative kurucusu Lomlu’nun bu süreci başlatan ilk çalışması, Ayfer Tunç’un yazdığı ‘Dünya Ağrısı’ kitap kapağı olmuştur. Tasarımcı Sibel Oral (2018) ile yaptığı röportajda Oral’ın “Beyaz Can Yayınları kapaklarından sonra yeni tasarımla kitapların satışının yükselmesini neye bağlıyorsun?” sorusuna, eski Can Yayınları kapaklarının basıldıkları dönem için doğru bir seçim gibi görüldüğünü belirterek: “Fakat kitap sayısının bini aştığı bir yayınevinde, yayınevi kimliğinin bu denli güçlü bir şekilde öne çıktığı bir kapak biçimi ister istemez birçok yazarın okurun gözünden kaçmasına, her kitap aynıymış hissine kapılmasına neden oluyor, yazardan çok yayınevi gözüküyordu. Bu bir sorundu” cevabını vermiştir.

Röportajda son yıllarda hızla değişen etik ve estetik değerler, arz-talep dengeleri, tüketici beklenti ve alışkanlıkları sonucunda kitap kapaklarının da değişimden nasibini almasının kaçınılmaz olduğunu belirten Lomlu, “Bugün geldiğimiz noktada internet, e-kitap, butik yayınevlerinin çoğalması, rekabetin artması, sosyal medya gibi birçok nedene bağlı olarak son on yıl içinde basılı kitabın bir tasarım nesnesi haline dönüştüğünü, kapak tasarımının da yeniden önem kazandığını düşünüyorum” demiştir. Özellikle okurla arasındaki iletişimi doğru kuran, kolay hatırlanan, ikonik kapak tasarımlarının satışlarda oldukça önemli bir payı olduğuna inanan tasarımcı; piyasaya yeni çıkan bir kitabın ilk olarak kapağının konuşulduğunu, kapak kötü olduğunda okuru hayal kırıklığı ile baş başa bıraktığını ve bu durumun yeni kuşak okurlar için kabul edilemez tarafları olduğunu söylüyor. Çünkü “şüphesiz ki işin artık bir de sosyal medya yönü var... Güzel, ilgi çekici bir kapak tasarımı bolca paylaşılan instagram fotoğraflarıyla, sosyal medyanın gücüyle birlikte kendi kendinin reklamını yapabiliyor” (Oral, 2018).

Utku Lomlu, 2021 yılında yaptığı röportajda Sena Çakıcı’nın kendisine Can Yayınları’nın klasik beyaz kapak tasarımlarını nasıl bulduğunu sorması üzerine de, o dönem sadece Can Yayınları’nın değil bir kısmı hâlâ devam ettirilen dizileriyle Yapı Kredi Yayınları’nın, Metis, Ayrıntı ve İletişim Yayınları’nın da aynı şekilde üretim maliyetleri ve üretim hızı düşünülerek beyaz kapak şablonları olduğundan bahsetmiştir. “Ama bugün yaşadığımız dünyada özgün olmak çok daha önemli. Bir yandan da kitap kapağının, yayınevinin yazara ve okura verdiği değeri gösterdiğini düşünüyorum. Sadece kitabın kapağı da

değil, baskı kalitesi, çeviri kalitesi ve editoryal olarak nasıl ele alındığı da bir yayınevinin okura ve yazara gösterdiği değerle orantılı hep”. Yayınevi kimliğinin ne olursa olsun yazarın veya kitabın kimliğinin önüne geçmemesi gerektiğini savunan tasarımcıya göre; “Can’ın beyaz kitaplarında yayınevi o kadar ön plandaydı ki pek çok yazar kayboluyordu o beyaz kapakta” (Çakıcı, 2021).

Çakıcı’nın kemikleşmiş bir okur kitlesi için tasarım değişikliğine gitmenin zorluğuna dair sorular sorduğu röportajda Lomlu: “Bir yandan bakınca belli bir yaş üstündeki birçok insanın çocukluğuna dair bir görsel imgeyi alıp bir anda başka bir şey koymuş olduk yerine. Görsel hafızamız ve dünyamız da önyargılar gibi, yıkmak ve değiştirmek kolay olmuyor” ifadesinde bulunmuş; ancak zamanla geline nokta çok olumlu mesajlar aldığından ve sonuca dair duyduğu memnuniyetin yalnızca okurlardan gelen pozitif tepkilere değil alınan ulusal ve uluslararası çeşitli ödüllere de bağlı olduğundan bahsetmiştir: “Artık Can Yayınları kapak tasarımı konusunda dünyadaki iddialı yayınevlerinden biri. Kimi kapakları, Asya ve Avrupa ülkelerindeki çeşitli yayıncılar tarafından talep edilip telifi alınarak kullanılıyor” (Çakıcı, 2021).

XXI dergisine verdiği röportajda da (2017) tasarımcı, başlangıçta her ne kadar Can Öz’le kapak değişimi konusunda hemfikir olsalar da lansman süreci ve sonrasında gelen tepkilerle bir miktar tedirgin olduğunu ve kendisini özgür hissetmediğini ancak ilk değişim tasarımının üzerinden daha bir yıl geçmeden Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu’nun her sene verdiği tasarım ödüllerinde, tasarladığı dört kitap kapağının birden ödül alması ile yola kararlı bir şekilde devam etme kararı aldığından bahsetmektedir. Ürün tasarımında iş birliği söz konusu olduğunda “elde edilen verilerden yararlanmak, tecrübelerin dile getirilerek teknolojik ürünler hakkında faydalı ve zararlı unsurların tespit edilmesi, güvenlik, ergonomi, sağlık, yaşam kalitesi gibi konularda farklı kuşakların farklı tecrübelerini birbirleriyle paylaşması sonucu ortaya çıkacak sinerji”, her türlü üretim alanında pozitif gelişmeleri beraberinde getirecektir (Deist ve Latouille’den aktaran Öztop, 2022, s. 70).

XXI dergisinin röportajında ayrıca beyaz kapak koleksiyonerlerine de değinen Lomlu, beyaz kapağı iyi edebiyatla özdeşleştiren okurun beyaz kapaklı kitaplarını raflarda yan yana dizme alışkanlıklarından vazgeçmeksizin koleksiyonunu genişletme çabasını şu şekilde aktarmıştır: “Evinde aynı kitap eski kapakla var ama yeni kapağı beğenip “bunu da alayım” diyen okur bence azımsanmayacak kadar var” (2017).

6.2.2. Can Yayınları'nın Bugünü

Can Yayınları, 2014 yılında kitap kapaklarındaki klasik beyaz kapak tasarımından vazgeçerek başlattığı büyük değişimin ardından 2018 yılında bazı eserler için beyaz kapak tasarımlarına geri dönüş yapmıştır. “Bir anlamda imajları olan beyaz kapaklı kitaplara geri dönen Can Yayınları, klasikler serisini klasik beyaz kapakları ile okurlara sunuyor. Dostoyevski, Austen, Aristoteles, Tolstoy, Marx, Wilde gibi klasik yazarların eserleri Can Yayınları'nın klasik tasarımı ile basıldı” (Çite, 2018).

Can Yayınları bugünkü yayım politikasında, bir basım tarzı olarak her diziyi farklı isimlerle tanımlamaktadır. Örneğin klasik beyaz kapak kitaplarını Can Klasik etiketi ile yayınlarken; deneysel çağdaş kurguları Can Lab, Türk Edebiyatının klasikleşmiş metinlerini Kısa Miras isimleri ile etiketleyen yayınevinin diğer dizileri ise şunlardır: Can Çağdaş, Can Modern, Can Klasik, Can Miras, Can Çizgi, Can Düşünce, Can Öykü, Can Gençlik, Kısa Modern, Kısa Klasikler, Açık Radyo için ürettiği Başvuru Kitaplığı ve Kırkmerak. 2019 yılında bünyesine MUNDİ ve TELLEKT markalarını da alarak kurgu dışı edebiyatın yanı sıra sosyal, beşerî ve pozitif bilimlerde de ürünler veren yayınevinin dijital yayın alanında da sesli kitap ve e-kitap uygulamaları bulunmaktadır.

Can Öz'ün başında olduğu yıllar boyunca yayınevinin; özel olarak Braille alfabesiyle basılan “Engel Tanımayan Kitaplar” serisi için aldığı 2024 Brandverse Awards Ödülü, çeviri alanlarında aldığı 2021 Dünya Kitap Ödülleri Yılın Çeviri Ödülü, “Eşit Masallar” projesi ile aldığı The Stevie Awards, Social Media Awards Turkey, Mixx Awards Europe ve Prida İletişim Ödülleri ve bünyesindeki yazarlarla aldığı İKSV Talat Sait Halman Çeviri Ödülleri, 2022 Vedat Türkali Edebiyat Ödülü, 72.Yunus Nadi Ödülü, Atilla İlhan Edebiyat Ödülü gibi ödüllerin yanı sıra New York Times 2023 "21. Yüzyılın En İyi 100 Kitabı" listesinde 5 kitabının yer alması da yeni kuşağın başarılarını göstermektedir. Kuşaklararası tasarım farkının getirdiği başarı ise Can Öz yönetiminden sonra yayınevinin kapak tasarımlarına dair aldığı ödüller ile ispatlanmıştır.

Can Yayınları'ndan çıkan, Utku Lomlu imzalı kapak tasarımları ile ödül alan kitaplar ve aldıkları ödüller sırasıyla şu şekildedir (Lom Creative, 2025):

1. George Orwell / 1984

2014 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, TÜYAP Kitap Kapağı Özel Ödülü

2014 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Özel Ödülü

2. Franz Kafka – Dönüşüm

2014 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Özel Ödülü

2014 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Tipografi Özel Ödülü

2014 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, TÜYAP Kitap Kapağı Özel Ödülü (Tipografi)

3. Gabriel Garcia Marquez Serisi

2014 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, TÜYAP Kitap Kapağı Özel Ödülü

2014 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Özel Ödülü

4. Albert Camus – Bütün Oyunları Serisi

2016 European Design Award, Kitap Kapağı Tasarımı – Gümüş

2016 The Type Directors Club, Tipografide Mükemmellik Ödülü – Kitap Kapağı Tasarımı Kategorisi

5. George Orwell / Paris ve Londra'da Beş Parasız

2016 European Design Award, Kitap Kapağı Tasarımı – Bronz

2016 The Type Directors Club, Tipografide Mükemmellik Ödülü – Kitap Kapağı Tasarımı Kategorisi

2015 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kapak Tasarımı Özel Ödülü

6. Jean Paul Sartre / Öznellik Nedir?

2017 European Design Award, Kitap Kapağı Tasarımı (Finalist)

2017 The Type Directors Club, Tipografide Mükemmellik Ödülü – Kitap Kapağı Tasarımı Kategorisi

2017 AIGA 50 Kitap / 50 Kapak Ödülü

7. Petros Markaris Serisi

2018 European Design Award, Kapak Tasarımı – (Finalist)

2017 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Poster Tasarımı Ödülü

2017 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, TÜYAP Kitap Kapağı Özel Ödülü

2017 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Başarı Ödülü

8. Wolfgang Borchert / Kapıların Dışında

2018 The Type Directors Club, Tipografide Mükemmellik Ödülü – Kitap Kapağı Tasarımı Kategorisi

2017 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Başarı Ödülü

2017 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Tipografi Özel Ödülü

9. Umberto Eco Serisi

2018 The Type Directors Club, Tipografide Mükemmellik Ödülü – Kitap Kapağı Tasarımı Kategorisi

2017 European Design Award, Kitap Kapağı Tasarımı – Gümüş

2017 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Özel Ödülü

10. Roald Dahl Serisi

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, En İyi Kitap Kapağı Tasarımı Ödülü

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Tipografi Ödülü

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Sait Maden Tipografi Özel Ödülü

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, GMK Tipografi Özel Ödülü

2019 Type Directors Club- Tipografide Mükemmellik Ödülü

11. Paul Auster / 4 3 2 1

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Tipografi Özel Ödülü

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Başarı Ödülü

2018 AIGA 50 Kitap / 50 Kapak Ödülü

2018 The Type Directors Club, Tipografide Mükemmellik Ödülü – Kitap Kapağı Tasarımı Kategorisi

12. Eimear McBride / Kız Natamam Bir Şeydir

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, TÜYAP Kitap Kapağı Özel Ödülü

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Başarı Ödülü

2018 AIGA 50 Kitap / 50 Kapak Ödülü

13. Fernando Pessoa / Huzursuzluğun Kitabı

2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Başarı Ödülü

14. George Orwell / 1984 (Özel Baskı)

2019 Type Directors Club- Tipografide Mükemmellik Ödülü

15. Latife Tekin Serisi

2019 Avrupa Tasarım Ödülleri- European Design Awards Finalisti

16. Jean Paul Sartre / Duvar

2020 AIGA 50 Kitap / 50 Kapak Ödülü

17. Modern Klasikler Serisi

2020 Avrupa Tasarım Ödülleri- European Design Awards Altın Ödülü

18. Kısa Modern Serisi

2020 Avrupa Tasarım Ödülleri- European Design Awards Bronz Ödülü

19. Klasik Kadınlar Serisi

2020 Amerikan Tip Yönetmenleri Kulübü (TDC) Tipografik Mükemmellik Ödülü

2021 Avrupa Tasarım Ödülleri- European Design Awards Gösterinin En İyisi Ödülü

2021 Avrupa Tasarım Ödülleri- European Design Awards Altın Ödülü

20. Vonnegut Serisi

2022 Avrupa Tasarım Ödülleri- European Design Awards Yayın Tasarımı Gümüş ödülü

21. Kawabata Serisi

2023 Avrupa Tasarım Ödülleri- European Design Awards Kitap Kapağı Tasarımı Bronz ödülü

BÖLÜM VII

CAN YAYINLARI KLASİK BEYAZ VE YENİ NESİL KAPAK ANALİZLERİ

“Bazı kapaklar o kadar spesifiktir ki onun hangi yayınevine ait olduğunu hemen anlarız ama yayınevinin bu kerte baskın olmasının bir handikabı var. O yayınevinden veya o diziden çıkan kitapların hangisinin kapağında ne olduğu geri planda kalır, çok zaman hatırlamayız bile” (Çelik’ten aktaran Sevinçli, 2021). Can Yayınları’nın klasik beyaz kapağını ve onun üzerindeki kırmızı kalpli logosunu gören çoğu dikkatli ve iyi okur, kitabın bu yayınevinden çıktığını bilir. Çünkü kapağın okura bu bilgiyi veren klasik bir şablonu vardır.

Klasik beyaz kapakta kitap ve yazar isimleri, altlı üstlü olacak şekilde birbirlerine yakın alanlarda kullanılmakta, okurun önce kitabın ismini sonra yazarın ismini görmesi için de kitap adında yazar adına göre daha büyük font tercih edilmektedir. Kapaktaki bilgi hiyerarşisine bakıldığında bu iki önemli bilgi ögesini, varsa çevirmen adının ve yayınevi logosunun takip ettiği görülmektedir. “Bu bilgilerin olduğu bir kapağa ek olarak görsel imgeler de eklenerek kapak daha dikkat çekici bir hale getirilebilir” (Güneş, 2022, s. 143). Klasik beyaz kapaklarda kapağa eklenen görsel imge, kitabın odak noktasına yerleştirilen bir çerçeve içine yerleştirilmekte ve bu sınırın dışına çıkılmamaktadır.

Klasik kapaklarda klasik çerçeve içine genel olarak ünlü sanatçılara ait eserler yerleştirilerek oluşturulan tek düze tasarım yerine; yeni nesil kapaklarda tasarımcı, birçok grafik tasarım ögesini bir arada kullanma, çok çeşitli tasarım teknikleri kullanarak kapağa özgü ürün elde etme imkânı bulmaktadır. “Görsel sanatlarda anlatım ya da ifadenin görünür kılınmasını sağlayan resimsel anlatım tekniği öğeleri vardır. İyi bir tasarım, tasarım ilkelerinin yardımıyla tasarım öğelerinin doğru ve bilinçli bir şekilde kullanılmasıyla meydana gelir” (Düz, 2001, S. 130).

“Kapak tasarlanırken türüne, vurgusuna göre bir kompozisyon türü ve anlatım üslubu tercihi yapılmaktadır. Kompozisyon türleri: Sola hizalı, ortalanmış, sağa hizalı, simetrik ve

asimetrik kompozisyonlar olarak sayılabilir. Asimetrik kompozisyon, ritmik bir dengeye sahipken, diğer kompozisyon türleri ise statiktir” (Asan, 2021, s. 241). Can Yayınları’nın klasik beyaz kapak şablonu simetrik kompozisyonla sabitlenmişken yeni nesil kapak tasarımlarında tasarımın gereklerine göre özgürce hareket edilerek yerine göre simetrik yerine göre asimetrik kompozisyonlar oluşturulduğu görülmektedir.

Bu bölümde Can Yayınları’ndan çıkan, çoğu ödül almış kapaklara sahip 11 adet kitabın, yeni nesil kapak ve eski veya yeni basım klasik beyaz kapak versiyonları bir arada olmak üzere toplam 22 adet kitap kapağı gerek biçim içerik uyumu gerek resimsel grafik öğeleri ve gerekse grafik tasarım ilkeleri bağlamında analiz edilmektedir.

7.1. Fernando Pessoa- Huzursuzluğun Kitabı

Şekil 137’de Portekiz edebiyatının en önemli eserlerinden biri olarak kabul edilen Fernando Pessoa’ya ait Huzursuzluğun Kitabı’nın Can Yayınları’ndan çıkan klasik beyaz kapak ve yeni nesil kapak tasarımları görülmektedir.

Can Yayınları tarafından ilk baskısı 2006’da gerçekleşen kitabın, Ayşe Çelem Design tarafından beyaz kapak şablonuna uygun olarak tasarlanan kapağında klasik hiyerarşik düzen korunmuştur. “Hiyerarşi, tüm grafik tasarım ürünlerinde olduğu gibi, kitap kapağında da yer alan fotoğraf, illüstrasyon, başlık, alt başlık, yazar adı gibi öğelerin hangi sıralama içinde dizileceği ile ilişkilidir” (Asan, 2021, s. 244). Kapağın beyaz zemini üzerinde; en üste yerleştirilen kahverengi tonda yazar adı ve onun altında yer alan daha büyük puntolu siyah renkli kitap adı, klasik çerçeve içine yerleştirilmiş bir soyut resim, resmin hemen altında küçük puntolarla yazılmış çevirmen adı ve kırmızı kalpli logosu ile “Can” yazısının yer aldığı görülmektedir.

Tasarımcı, çerçeve içine İtalyan ressam ve heykeltıraş Umberto Boccioni’nin “Bir Adamın Kafasının Dinamizmi” adlı soyut resmini yerleştirmiştir. Boccioni’nin tam da Pessoa’nın kitap üzerinde çalışmaya başladığı 1913 yılında, İtalya’nın Milano kentinde sanata kazandırdığı eseri, fütürizm hareketine bağlı sanatçının dinamik formlar ve katı kütlelerin parçalanmasını esas alarak hazırladığı eserlerindendir.

Resimde bir adama ait olduğu anlaşılan bir kafanın, fiziksel aşkınlık ilkesi ile mekânda sürekliliği ve uzanışı, giderek artan bir hareket ve akış hissi yaratmaktadır. “Parçaların birbirinden bağımsız halde değerlendirilmesi, hareketin genelinde anlaşılması zor görünümünün oluşmasına neden olabilir. Bu sebeple eylemi oluşturan tüm parçalanmalar

birbiriyle etkileşim içinde olmak zorundadır ve izleyicide hareket hissi izlenimi verilebilmesi için, kompozisyona aktarılmak istenen hareketler bütün olarak kavranabilmelidir” (Avşar Karabaş, 2019, s. 468). Okura akli karışık, fikirleri dağınık, parçalanmış insan görüntüsü ile empati kurduğunda huzursuzluk yaşatacak eser, kitabın ismine gönderme yapmaktadır. Resimde tasviri yapılan, huzursuzluğun baş kahramanı Soares’tir. Soares, aslında gündelik hayatın sancıları ile kendi iç dünyasına kapanarak, hayalleri ve rüyaları aracılığıyla baş etmeyi seçen, dünyayı eylemsiz kalıp sadece seyretmekle yetinmek isteyen yazarın bir aynasıdır.

Utku Lomlu’ya 2018 GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, Kitap Kapağı Tasarımı Başarı Ödülü’nü kazandıran yeni nesil kapak tasarımına baktığımızda ise; tasarımcının diğer birçok ödüllü eserinde olduğu gibi burada da tipografiyi orijinal bir bakış açısıyla kullanarak tasarımda fark yarattığı görülmektedir. “Grafik tasarımda tipografi; bilgi ve mesajın anlaşılabilir bir form diliyle iletilmesini sağlamanın yanında, bir tarz, bir kişilik veya farklı bir görsel imge olma iddiasını taşımaktadır. Kuşkusuz mesajın içeriğiyle tipografinin uyuşması, tasarımcıların en fazla çözüm bulmak zorunda kaldığı durumlardan biridir” (Bıçakçı’dan aktaran Özderin, 2019, s. 229). Bu duruma Utku Lomlu’nun getirdiği yorum; “İnsan karakterinin yazı karakteriyle örtüşen bir yanı olduğunu düşünüyorum. Bir yazarı ele aldığımda onun dünyası ve yazdıklarıyla, onun için seçtiğim yazı tipinin örtüşmesine özen gösteriyorum” şeklindedir (Çakıcı, 2021).

Lomlu’nun açıklamasına uygun bir şekilde tasarladığı kapakta; griye çalan bir mavi tonun kullanıldığı arka zemin üzerinde yazarın soyadının her bir harfi, farklı yüksekliklerdeki kuleler şeklinde resmedilmiştir. “Yazar ismi de bütün tipografik öğeler gibi görselleştirilebilir ve harfleme olarak tasarlanabilir. Kitabın özellikleri, belki de yazarın kişiliğine göre bile tipografi farklı tasarımlara bürünebilir” (Güneş, 2022, s. 164). Kule biçimindeki her harfin üzerine aynı adam figürü yerleştirilmiştir. “Bütünlük kavramı içinde de bir ritim olgusu vardır. Birbirine benzeyen biçimler bütünlük oluşturmak üzere bir yüzey üzerinde yinelendiklerinde, meydana getirdikleri doku içinde bir ritim oluşur ve bu ritim tekdüze olanla alışılmamış olanı bir araya getirir” (Düz, 2001, s. 147).

Soares’i temsil eden, sarı bantlı şapkası, sarı burnu, kahverengi bıyığı, turuncu yüzü, kahverengi gözlükleri, sarı ceket, kahverengi pantolonu ve kahverengi ayakkabıları ile elleri ceplerinde suskun, düşünceli ve vurdumduymaz bir şekilde yürür halde resmedilen ve aslında Fernando Pessoa’nın gerçek resminin illüstre edilmiş hali olan adam figürü; adeta

bir gazeteden kesilmiş k p r parçacığı gibi üç boyut kazandırılmış, açıklı koyulu, gri-mavi harf kulelerinin üzerine iliştirilmiştir. “Kapak, kitabın hikâyesini veya yazarın kimliğini üzerinde taşımalı, temsil etmelidir. Fakat buradaki temsiliyetten, kitabın hikâyesini alıp birebir resmetmek manasını çıkarmamak gerekir. Bu, kitaba, belki de yazara dair ufak bir detay da olabilir tipografik bir form ya da bir soyutlama da” (Lomlu’dan aktaran Kakı, 2019).

Burada her harf, Pessoa’nın kendini yansıttığı kitap kahramanı Soares’in üzerinde daldan dala atladığı, her biri birbirinden bağımsız ve farklı, dağınık, boşlukta kendine yer bulmaya çalışan, bazıları aşağılarda bazıları sonsuzluğa uzanan fikirleri, hayalleri, düşünce ve düşleri gibidir. “Kitap kapaklarındaki harfleme çalışmaları genelde yazının g rselleştirilmesiyle oluşmaktadır. Tipografide de bu bölümde anlatılan görsel teknikler kullanılabilir. Yazı soyut bir şekilde yorumlanabileceği gibi somut da olabilir. Resimleme kullanılarak oluşturulabileceği gibi fotoğraflarla birlikte de tasarlanabilir. Semboller, metaforlar ve göndermelerle de dolu olabilir” (Güneş, 2022, s. 148).

Kolaj tekniğiyle beyaza  alan keskin hatlı Pessoa harflerinin üzerine yerleştirilmiş olan, bir sağa bir sola hareket eden adam figürü, aynı zamanda yazarın kendi cümlelerine de gönderme yapmaktadır: “Sokaklarda attığım adımlar, yarı uykulu imgelemimin belirsiz amaçlarına uygundur, uyumludur. Bununla birlikte gayet normal yürürüm; ne t kezlediğimi gören olur ne de sorulara yanlış yanıtlar verdiğimi; varımdır” (Pessoa, 2017).

Utku Lomlu’nun kapağa sol üst köşeden başlayarak, asimetrik bir düzende, belli bir perspektif açısıyla, farklı yükseklik ve derinliklerde yerleştirdiği Pessoa harflerinden arta kalan sağ üst boşlukta; koyu renklerle önce büyük karakterlerle yazar adının, onun altında küçük karakterlerle kitap adının ve onun da altında yine büyük karakterlerle çevirmen adının yer aldığı görülmektedir. “Bazı zamanlar simetrik düzenlemeler sıkıcı ve statik olarak görülebilirken, asimetrik düzenlemelerle daha dinamik ve ilgi çekici tasarımlar oluşturulabilir. Aynı şekilde boyutları birbirinden farklı ögelerle tasarımda bir kontrast oluşturulabilir ve tasarıma dinamizm getirilebilir” (Güneş, 2022, s.154).

Kitabın Can modern serisine ait olduğu bilgisi O harfine denk gelen sağ alt köşeye yerleştirilirken, baskı sayısı da S harfinin yan duvarına diklemesine yerleştirilerek asimetrik kapak tasarımı tamamlanmaktadır.



Şekil 137. Huzursuzluğun Kitabı, Fernando Pessoa (<https://www.canyayinlari.com>)

7.2. Franz Kafka- Dönüşüm

Şekil 138’de Franz Kafka’ya ait Dönüşüm kitabının klasik beyaz kapak ve yeni nesil tasarım kapakları yer almaktadır.

2009 yılına ait beyaz kapaklı Dönüşüm’de, klasik çerçeve şablonuna bu kez yazar Franz Kafka’nın gençliğine ait bir fotoğrafın yerleştirildiği görülmektedir. Markalaşmış yazar aracılığıyla kitap satışlarının arttırılabileceği düşünülerek kapakta fotoğraf kullanımının bir pazarlama taktiği olarak kullanıldığı bilinmektedir. Bazı yayınevleri, “popüler yazarlarının ‘yıldız gücüne’ sahip oldukları varsayımını göz önünde bulundurarak” yazarlarını pazarlama stratejilerinde kullanmaktadırlar (Canbay, 2015, s. 197). Fotoğraf kullanımlı bu tarz tasarımlarda, bazen yayınevi aynı yazarın farklı kitaplarının hepsinde yazarın fotoğrafını kullanma yolunu seçmektedir. Bu durum okuru kitapların farklılığını ancak kitabın isminden anlayacağı bir duruma sokmaktadır. Kitabın içeriğine dair bir bilgi içermeyen bu tip kapak tasarımlarında, eser her zaman ikinci planda kalmaktadır.

Yazar ve kitap adının klasik beyaz kapakların tamamında olduğu gibi burada da üst boşlukta ortalanarak keskin, sert hatlı, klasik yazı stili ile yazıldığı; çevirmen adının da çerçevenin altında kalan beyaz boşluğa ortalanarak yerleştirildiği görülmektedir.

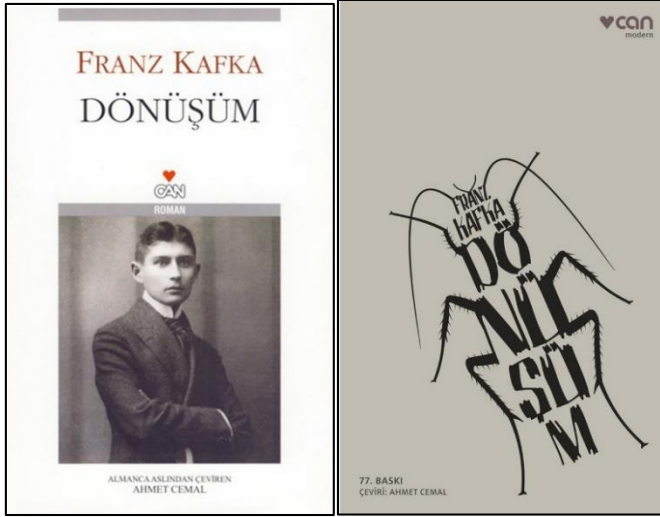
Dönüşüm’ün Can Yayınları’nın ödüllü kapakları arasında yer alan yeni nesil kapağı, Utku Lomlu’ya 2014 yılında GMK Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Kitap Kapağı Tasarımı Özel Ödülü, Tipografi Özel Ödülü ve yine tipografi alanında TÜYAP Kitap Kapağı Özel Ödülü’nü kazandırmıştır. “Bir kapağın imgeselliğinde var olan mevcut kalıpları kırmak ve

yeniden kurmak, yani verimli bir eleştirel düşünceyi imgeler üzerinden çalıştırmak mümkündür ve genellikle bu yol zihnimizi kışkırttığı, hatırlattığı, fark ettirdiği için başarılı olur” (Sökmen’ den aktaran Kazma, 2015, s. 55). Kapak, tipografinin tasarımcı tarafından okurun dikkatini çekecek ve içerik bağlamında vermek istediği mesajı öne çıkaracak şekilde kullanımına iyi bir örnektir.

Kapakta; kırık beyaz bir zemin üzerinde sağ üst köşede yayınevi logosu, sol alt köşede baskı sayısı ve çevirmen adı yer alırken; bu çapraz yerleştirmenin ortasına yazar adı ve kitap adı, iç içe geçirilerek oluşturulan tipografi metoduyla bir böcek şeklinde okura sunulmuştur. “Tipografinin görselle iççice bir şekilde olduğu, sanki görselin içinde yer alıyormuş gibi kullanımları da görülebilir. Tipografinin görselleştirildiği tasarımlar da yapılabilir” (Meggs’den aktaran Güneş, 2022, s. 156). Siyah font kullanımı ile siyah böcek görüntüsünün tam olarak yakalandığı görselde, tüylü bacakların harflere giydirilmesi harf okunurluğunu etkilemediği gibi aksine okurda bütünlük hissi yaratmaktadır. “Tipografik tasarımlarda yazı, yazı olmaktan çıkıp çizgilerden, lekelerden oluşan görsel bir öğeye” dönüşmektedir (Gümüş’den aktaran Kazma 2015, s. 38).

Kendini dışardan bakınca bir böcek gibi gören kitap kahramanı Gregor Samsa’nın okura sunduğu bu metafor, “kitap kapağında tipografik unsurlarla belirtilmiştir. Kullanılan yazının biçimi böceğin sırtını, kollarını ve parçalarını temsil eder. Tipografi imge ile bütünleşmiş ve sözdizimsel olarak izleyiciye imge ile buluşturularak aktarılmıştır” (Gedik, 2022, s. 48). “Görsel metaforlar ile kapak ilgi çekici ve merak uyandırıcı bir hale getirilebilir. Bu metaforlar resimleme stili, kullanılan yazı ve kapaktaki öğelerle desteklenebilir ya da zıtlık göstererek ironi üzerinden mesajını aktarabilir” (Samara’dan aktaran Güneş, 2022, s. 147).

Kapağın, ortasından başlayarak sağ alt köşesine doğru ilerleyen alana böcek çalışması yerleştirilirken; sol üst köşesi boş bırakılarak oluşturulan kompozisyonla tasarımda denge unsuru sağlandığı görülmektedir. “Tasarım öğeleri arasından unutulmaması gereken biri de boşluktur. Kompozisyon sadece görsel imgelerin ve tipografik öğelerin değil boşluğun da ayarlanması ve düzenlenmesi ile yaratılır” (Güneş, 2022, s.153). “Negatif alan kompozisyonda yer alan elemanları çevreleyen boş alanları, pozitif alan ise; nesnelerin yer alarak gruplandığı ve izleyicinin dikkatinin odaklandığı alandır. Bu alanların kompozisyonda doğru kurgulanması izleyicinin dikkatini güçlendirerek kitaba odaklanmasını sağlayacaktır” (Asan, 2021, s. 241).



Şekil 138. Dönüşüm, Franz Kafka (<https://www.canyayinlari.com>)

7.3. Gabriel Garcia Marquez- Kırmızı Pazartesi

Şekil 139’da Gabriel Garcia Marquez’in Kırmızı Pazartesi adlı kitabına ait klasik beyaz kapak ve yeni nesil tasarım kapak görülmektedir.

Can Yayınları’nın klasik beyaz zeminli kapak tasarımını gösteren ilk kapağa bakıldığında; siyah ve mavi tonlardaki bir resmin, siyah çizgi ile çerçeve içine alınarak beyaz zemin üzerine konumlandırıldığı dikkat çekmektedir. Lacivert renkli yazar adı, siyah renkli büyük puntolu kitap adı ve meşhur kırmızı kalbiyle yayınevi adının çerçevenin dışında kalan beyaz zeminin üst bölgesine; siyah renkli, küçük puntolu çevirmen ve basım sayısı bilgisinin ise beyaz zeminin alt bölgesine yerleştirildiği görülmektedir.

1996 yılına ait bu kapak tasarımındaki resimde, siyah ve mavi tonların hâkim olduğu karanlık bir odaya açılan, sürgülü, kapalı, ahşap bir kapı ve kapı aralığından içeri sızan sarı ışıkla aynı tonda resmedilmiş bir zarf bulunmaktadır. “Kapalı kapı cinayetin işlenmesine engel olabilecek imgelerden biridir. Nasar’ı kurtarabilecek mektup bu kapının altından atılmış, maktul son kez bu kapıdan evine girerek kaçıp kurtulmaya çalışmış ancak arkası sürgülü olduğu için kurtulamamıştır” (Ersan ve Öztok, 2024, s. 43). Kapak tasarımında biçim aracılığıyla okura içerik hakkında fikir vermek amaçlandıysa da bu çaba ancak okur kitabı okuduğunda anlayacağı bir yeterlilik düzeyinde kalmıştır.

Kırmızı Pazartesi kitabının Utku Lomlu tarafından 2014 yılında tasarlanan yeni kapağı; Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu’nun verdiği, GMK 2014 Kitap Kapağı Tasarımı Özel Ödülü ve GMK 2014 TÜYAP Kitap Kapağı Özel Ödülleri alamaya hak kazanan Gabriel Garcia Marquez dizisinin içinde yer almaktadır. Klasik beyaz zeminli kapak tasarımının dışına çıkılarak hazırlanan

bu kapakta; dizinin diğer kitaplarıyla arasında kurulan mizanpaj ve ızgara sistemi korunarak renkli, hareketli ve canlı bir tasarım dili oluşturulmuştur. “Genel anlamda tasarım elemanlarının etkili şekilde sunulmasında yardımcı olabilen ızgara sistemi, bir anlamda tasarım unsurları farklılaşsa dahi genel bir görsel dünya oluşturmada tasarımcıya kılavuz olabilmektedir” (Gedik, 2022, s. 184).

Can Çağdaş serisinden çıkan kitap kapağı; yatay ekseninde iki parçaya bölünmüş, üstteki parçaya çizim ve fotoğrafların kolaj tekniği ile bir arada kullanıldığı bir resim yerleştirilmiştir. “İki fotoğraf yan yana ya da üst üste gelecek şekilde düzenlenerek farklı anlamlar oluşturulabilir, bu fotoğrafların sayısı arttırılarak da bir kolaj yaratılabilir. Kolajlar fotoğrafın yanı sıra başka imgelerle desteklenerek de yaratılabilir” (Güneş, 2022, s.146). Kolaj tekniği ile oluşturulan resimde, tasarımcının kitabın içeriğini biçime aktardığı görsel bir şölen yer almaktadır. “Kurgulanmış görsel yüzey, verilmek istenilen mesajın doğru kurgulanmasında ve analizinde kılavuz olabilmektedir. Tasarım yüzeyinde farklılaşan tasarım elemanları bir izlek doğrultusunda tasarlandığında verilmek istenen mesajın doğru analiz edilmesinde katkı sağlamaktadır” (Gedik, 2022, s. 184).

Arka bej fonda benzer mimarileri ile yan yana sıralanmış binalar, bu binaların önlerinde şehir insanları olarak tanımlanabilecek insan figürleri, figürlerin önünde bir kulağı havada olan beyaz bir tavşan, sağ ellerinde bıçak tutan, şapka ve takım elbiseli, rugan ayakkabılı ikizler ile ahşap bir yatak mevcuttur. Başucuna gül oyması işlenen yatağın arkasında elinde gül demeti olan bir gelin, yatağın üzerinde ise yine gül desenli beyaz dantel yatak örtüsü ve bir daktilo görülmektedir. “Yazar, kitapta röportaj tekniğini kullanarak bir anlatıcı aracılığıyla konuyu okura aktarmaktadır. Kapakta bu durum daktilo ile temsil edilmiştir. Daktiloya takılı beyaz boş bir sayfa vardır. Çünkü kapak resmine bakan okur henüz konuya hâkim değildir. Kitap ilerledikçe sayfa dolmaya başlayacaktır” (Ersan ve Öztok, 2024, s. 48). Resmin sağ ve sol üst kenarlarına yayınevi, basım sayısı ve kitabın Nobel ödüllü olduğuna dair bilgiler içeren yazılar eklenerek üst parça tasarımı tamamlanmıştır.

Kapağın alttaki ikinci yatay parçasına bakıldığında ise turuncu bir zemin üzerine yerleştirilen bordo renkli altı çizili yazar adı, büyük punto ile yazılan siyah renkli kitap adı ve en altta yine siyah renkli küçük punto ile yazılmış çevirmen adı okunmaktadır. “Kitabın kapağı tüketicide bir vizyon oluşturmaktadır. Dolayısıyla da bu etkiyi tasarımdaki estetik yaklaşım, doğru kompozisyon ve kapak tasarım elemanlarının hiyerarşik düzeni belirleyecektir. Kapaktaki hiyerarşi, yazarın ya da kitabın ününe göre doğru bir sıralama içinde oluşturulmalıdır” (Asan, 2021, s. 252). Ayrıca bordo ve turuncu üçgen desenler ile kahverengi zemin üzerindeki içinde noktalar olan dairesel desenler ikinci parçayı tamamlayıcı unsurlar olarak kullanılmıştır.



Şekil 139. Kırmızı Pazartesi, Gabriel Garcia Marquez (<https://www.canyayinlari.com>)

7.4. Jane Austen- Gurur ve Önyargı

Şekil 140’da Can Yayınları’nın ilk olarak 2007 yılında Aşk ve Gurur adıyla yayımladığı, edebiyat tarihinin kült romanlarından Gurur ve Önyargı kitabına ait kapaklar görülmektedir.

Resimde görülen klasik beyaz kapak tasarımı, Can Yayınları’nın 2018 yılında tekrar beyaz kapak çıkarma kararı sonrası tıpkı yeni nesil kapak tasarımında olduğu gibi yine Lom Creative/ Utku Lomlu tarafından hazırlanmıştır. Lomlu burada, yayınevinin eski kapak tasarımlarındaki beyaz zemin üzerinde ortalanmış çerçeve şablonuna sadık kalmış; yazar ve kitap adlarını klasik Can Yayınları tipolojisi ile çerçevenin üstünde kalan beyaz boşluğa, çevirmen adını çerçevenin altına, yayınevi adı ve baskı sayısı bilgisini de şablonun orijinalindeki gibi sağ ve sol alt köşelere yerleştirmiştir.

Çerçevenin içine, İngiliz portre ressamı Sir Thomas Lawrence ‘a (1769- 1830) ait, genç bir kızın arkadan resmedildiği bir çalışma yerleştirilmiştir. “Kitap kapaklarında bazen ünlü ressamların tabloları, görsel bir mesaj veya güçlü bir imaj oluşturma amacıyla kullanılabilir. Bu durum, okuyucunun önceki deneyim, tutum ve alışkanlıkları göz önünde bulundurularak; ünlü, bilindik imaj olgusu üzerinden kitapla iletişim kurmayı ve görsel algıyı şekillendirmeyi sağlamaktadır” (Asan, 2021, s. 246).

İlk kez 1813’te yayımlanan romanda bahsi geçen aşk hikayesi de tıpkı ressamın tablosunda olduğu gibi 19. yüzyıl İngiltere’inde geçmektedir. Dönemin kılık kıyafet, saç şekli, mekân tasviri, genç kız endam, duruş ve bakışını başarı ile kompozisyonlarında kullandığı görülen Lawrence’ın, kızları ön cepheden yüzleri görünecek şekilde gösteren birçok yapıtı varken

bu çalışmanın seçilmiş olması kitabın içeriğine bir atıf olarak düşünülmektedir. Kapakta yer alan, roman kahramanı Elizabeth Bennett'i temsil eden bu genç kız resmi gerek yüzünü göstermemesi gerek içinde bulunduğu karanlık fonun yarattığı belirsizlik etkisiyle okura kendisi hakkında fazla bilgi vermeyerek gizem yaratmaktadır.

Utku Lomlu'nun Can Yayınları yeni nesil kapak tasarımlarına geçtikten sonra kapağını tasarladığı Gurur ve Önyargı kitabı; yazarı veya ana kahramanı kadın olan klasik eserlerin bir araya getirildiği Klasik Kadınlar Serisi içerisinde yer almaktadır. Madam Bovary, Moll Flanders, Jane Eyre, Eugénie Grandet, Uğultulu Tepeler, Sicilya'da Bir Aşk Hikâyesi ve Son İnsan kitapları ile birlikte seride yer alan kitabın kapağı, 2020 TDC Tipografik Mükemmellik Ödülü, 2021 EdAwards Gösterinin En İyisi ve 2021 EdAwards Altın Ödülleri almıştır. “Yazı ve görüntünün olağandışı bütünleşmesinin ve özellikle de yazı tipinin her durumda kapakta baskın olmasının” övüldüğü törende jüri başkanı, “tipografik bir şablon oluşturma, farklı başlıkların değişen uzunlukları nedeniyle çok zor bir iş olduğunun, ancak burada ustaca bir tasarım çözümü gerçekleştirildiğinin” altını çizmiştir (ajandakolik, 2021).

Utku Lomlu, Çakıcı'yla yaptığı röportajda, dört kadın yazar ve dört kadın roman kahramanından oluşan sekiz kitaplık Klasik Kadınlar Serisi tasarımına dair; “Tarih boyunca kadınları düşününce aslında hepsinin bir şekilde birbirini bağlayan benzer hikâyeleri var. Kadınlar birbirini tamamlasın, birbirini devam ettirsin düşüncesiyle mevcutta kadınlar arasında var olan o görünmez bağı bir şekilde kapaklarda yansıtmak istedim ve böyle bir çözüm buldum” (2021) açıklamasında bulunmuştur. “Dizi olarak hazırlanan kitapların birbirini destekleyecek ve tasarım içerisinde yer alacak ortak bir logonun veya sembolik bir imajın geliştirilmesi dizi bütünlüğünü oluşturmada önemli bir yer tutar” (Kavuran, 2016, s. 16).

Yeni nesil kapağın zeminine, her birinin yarısının görüldüğü iki kadın yüzü yan yana yerleştirilmiştir. Kapaktan okura doğru bakan bu kadın portreleri, uyandırdığı gerçeklik hissi ile okuyucunun kadınlarla arasında bir yakınlık kurmasını sağlamaktadır. “Başarılı kitap tasarımlarının ortak noktası bizimle göz teması kurabilmesidir” (Ataoğlu'ndan aktaran Kazma, 2015, s. 51). Kadınların saç, makyaj ve takıları onların bu yüzyılın kadınları olmadığının net birer işareti olarak kitabın geçtiği dönem hakkında okura fikir verirken; kitabın ve yazarın adına bakan okur, kapakta yer alan bu iki kadın resminin onlara mı yoksa kitapta bahsi geçecek birden fazla kadına mı ait olduğunu merak edecektir.

Kadın portrelerinin üzerine işlenmiş olan, ancak beyaz rengi ve portreleri bastırmayan kalınlığı ile yazar, kitap ve çevirmen adlarını belirten zarif tipografiye ev sahipliği yapan asimetrik

çerçeve, görsel hiyerarşiyi korumaktadır. “Harfler bulunduğu hiyerarşik düzene göre harf genişliklerinde ve yüksekliklerinde değişkenliğe uğrayarak dengelenmiştir. Tipografik hiyerarşi, düz bir hizayı takip etmeyerek kitabın arka fonunda bulunan görsellerin görünürlüğüne fırsat tanımıştır” (Gedik, 2022, s. 181). “Görsel ve tipografi birleştirilip, çizim ya da yazı karakterlerinin özgün bir şekilde manipüle edilmesiyle ortaya çıkan bu çalışmalar, görselin ilgi çekme ve tipografinin bilgi verme özelliklerini bir araya getirir. Bu şekilde tasarım açısından güçlü ve estetik çalışmalar ortaya çıkarabilir” (Güneş, 2022, s. 167).

Köşeli, geometrik, ince ve modern formattaki harfler üzerinde bilinçli olarak yapılan deformasyonlar, tasarımı tek düzelikten kurtararak daha dinamik ve değişken bir görsel elde edilmesine olanak sağlamıştır. “Dinamizm ve hareket yaratmak amacıyla tipografi ve görsel öğeler küçüklü büyüklü, üst üste gelen, birbirini kesen şekillerde düzenlenerek tasarıma kinetik bir enerji verilebilir” (Samara’dan aktaran Güneş, 2022, s. 156). “Çoğu kez okunabilirlik ve görsel algılanabilme gibi tipografinin pragmatik işlevleri göz önünde olsa da aslında tipografi tasarıma kimlik kazandıran önemli bir tasarım elemanı olarak bilinmektedir” (Sezer, 2015, s. 151).

Can Yayınları’nın adının geçmediği kapak tasarımı, klasik kırmızı kalp ambleminin beyaz kalbe dönüştürülerek beyaz çizgili görsel şablonun en altına ortalı bir şekilde yerleştirilmesiyle tamamlanmaktadır. “Tasarımcı gereken durumlarda kurum kimliği yönergesine uygun biçimde logo veya logotype rengini değiştirebilir, boşluk durumuna göre kapaktaki düzenine müdahale edebilir” (Güneş, 2022, s. 161).



Şekil 140. Gurur ve Önyargı, Jane Austen (<https://www.canyayinlari.com>)

7.5. George Orwell- 1984

Şekil 141’de George Orwell’in 1984 adlı romanının Can Yayınları’ndan ilk kez 1984 yılında çıkan Ayşe Çelem Design tasarımlı klasik beyaz kapak ve 2014 yılında Utku Lomlu tarafından tasarlanan yeni nesil kapak tasarımları görülmektedir.

Orwell tarafından 1947-1948 yılları arasında yazılarak ilk kez 1949 yılında basılan bu distopik kitapta, “insanlar arasındaki tüm iletişimlerin ve etkileşimlerin devlet tarafından izlendiği ve kontrol edildiği bir dünya tasvir edilir” (Karabulut, 2023, s. 1377). Kitabın Ayşe Çelem Design tarafından hazırlanan klasik beyaz kapağında Daniel Brunner’e ait Caffieine (Kafein) adlı bir çalışma (Fineartamerica, 2015) kullanılmıştır. Romanda bahsi geçen “Büyük birader seni izliyor” sözüne ithafen seçildiği düşünülen Brunner imzalı bu çalışmada; altlık olarak kullanılan kareli bir kâğıda, adeta dağılmış bir insan yüzünün çizildiği görülmektedir. İçinde kaş, göz, yüz kası, beyin ve dudak ile bunlara bağlı kabloların ve bazı devrelerin yer aldığı çizim, içindeki göz kapakta yer alan çerçevenin odağında olacak şekilde konumlandırılmıştır.

Orijinali tamamen siyah beyaz olan resim, kapak için Ayşe Çelem Design tarafından kısmen renklendirilmiştir. Gözde dikkat çekmek için mavi, dudakta ve bağlantı kablolarının bir kısmında kırmızı renk kullanılmıştır. Her uzvu ve organı dahi sistemin elinde olan insanı tanımlayarak içeriğe biçim üzerinden atıfta bulunmak isteyen tasarımcı, beyne bağlı kablo ile düşüncelerin, göze bağlı kablo ile gördüklerimizin, dudağa bağlı kablo ile midemizin, kasa bağlı kablo ile tüm hareketlerimizin aslında bize ait olmadığını, bir sisteme bağlı olduğunun altını çizmek istemektedir.

Yüzü, dolayısıyla da insanı bir makine olarak bir kutuya (kitapta bahsedilen tele-screen/ tele-ekran cihazına) hapseden çizim, kapakta klasik beyaz kapak çerçevesinin içine hapsolmuştur. Roman baş kahramanı Winston ve onun gibi her hareketi, düşünce ve davranışları kontrol altında tutulan, önce sisteme sonrasında ise gerçekten hapishaneye hapsolan distopik dünya insanları kapakta bu şekilde tasvir edilmeye çalışılmıştır.

Beyaz kapak tasarımının; klasik, üstte yazar adının, onun altında daha büyük puntolarla yazılmış kitap adının, çerçevenin altında ortalanmış küçük harfli çevirmen adının ve onun da altında kırmızı kalpli logosuyla yayınevi adının yer aldığı yerleşim sistemi, bu kapakta da korunmuştur.

2014 yılında Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu tarafından verilen GMK TÜYAP Kitap Kapağı Özel Ödülü ve Kitap Kapağı Tasarımı Özel Ödüllerini alan Lomlu'nun; sadece siyah, beyaz, kırmızı renklerini kullanarak tasarladığı kapakta dikkat çeken ilk şey, kapağın odağına yerleştirilen bir göz veya kamera merceğine benzeyen objedir. Kırmızı halkalarında farelerin koşturduğu obje,

bir yandan da hamster çarkı izlenimi verirken, içerik bağlamında aslında kahramana fareler aracılığıyla yaşatılan işkenceye gönderme yapmaktadır (Güneş, 2022, s. 190).

Kapağın neredeyse üçte ikisini kaplayan objenin sol üst köşesinde yer alan yazar adı beyaz renkli, büyük fontlu, sert hatlı bir yazı karakteri ile yer alırken onun hemen altında oldukça küçük puntolarla yazılmış çevirmen adı görülmektedir. “Resim, illüstrasyon, diagram, renk kullanmadan grafik tasarımlar oluşturmak mümkündür, ancak yazı ve tipografi tüm grafik tasarım ihtiyaçlarının karşılanmasında, temel öge olarak yer almaktadır” (Uçar’dan aktaran Sezer, 2015, s. 152).

Kapağın altta kalan üçte birlik kısmında, objeyi ufuk çizgisi gibi kabul eden bir perspektif açısıyla yerleştirilmiş “1984” yazısı yer almaktadır. “Kapakta sayılar, formları bozulmadan verilmek istenen perspektife uygun bir durumda kullanılmışlardır. Seçilen yazım türünün geometrik ve kıvrım içermeyen bir karakter olması perspektife uygulanmasını kolaylaştırmıştır” (Güneş, 2022, s. 191). “Neredeyse sınırsız font seçenekleri içinden çıkarılabilir tipografi ve bilgisayarınızda hazır duran binlerce font arasından seçtiklerinizi dilediğiniz gibi büyütüp küçülterek, eğip bükerek kullanabilir ve yalnızca onlara dayanarak yapabilirsiniz kapaklarınızı” (Gümüş’ den aktaran Kazma, 2015, s. 38).

Siyah zemin üzerine beyaz renklerle yazılmış kitap adının objeye doğru giden bir yol izlenimi yarattığı çalışmada; küçük bir insan figürü, kendinden de küçük gölgesi ile arkasını okura, yüzünü ise kameraya dönmüş bir şekilde kapağın alt orta kısmına, 8 sayısının üzerine yerleştirilmiştir. Sağ alt köşede kalan siyah zemin üzerine baskı sayısı ve klasik kırmızı kalp logosu konumlandırılmıştır.



Şekil 141. Bin Dokuz Yüz Seksen Dört/ 1984, George Orwell
(<https://www.canyayinlari.com>)

7.6. Umberto Eco- Yanlış Okumalar

şekil 142’de Umberto Eco’nun Yanlış Okumalar kitabının, ilk baskısı 1997 yılına ait olan klasik beyaz kapak tasarımı ile 2017 European Design Award Kitap Kapağı Tasarımı Gümüş Ödöl, 2017 GMK Kitap Kapağı Tasarımı Özel Ödölü ve 2018 The Type Directors Club Tipografide Mükemmellik Ödölü’nü alan Can Yayınları Umberto Eco Serisi’ne dahil olan Utku Lomlu tasarımı yeni nesil kapak tasarımı görölmemektedir.

Eco’nun 1960’lı yıllarda yazdığı, edebiyat, kölöl ve topluma dair eleştirilerini kaleme aldığı bu deneme kitabının Ayşe Çelem Design tarafından tasarlanan klasik beyaz kapak tasarımında; kapağın merkezindeki kare çerçeve içinde, ayaklar altında kalmış bir adamın V şeklinde bir kompozisyonla okura doğru baktığı bir çizim yer almaktadır. “Geleneksel yöntemlerle yapılan tasarımlarda genellikle görsel öne çıkan ögeydi, tasarımdan ziyade illölstrasyonlar kapakların yıldızıydı” (Ortanca’ dan aktaran Sevinçli, 2021).

Genel zemini koyu bir renge bürünen, ağırlıklı olarak siyah beyaz tonlarda çizilmiş olan çizimde; adamı ayakları altına alan kişi, çizgili pantolonu ve erkek rugan ayakkabıları ile ancak dizlerinin bir kısmı görünen biridir. Adamın ayakları altında kalan beyaz gömleklil, kıyafetinin kolları dirseklerine kadar sıvanmış, gözlöklöl, elinde defter veya kitap gibi bir metin tuttuğöl görölün adam; şaşkın ve yorgun bir çehre ile gözlerini okurun gözlerine dikmiş, adeta neler olduğölünü anlamaya çalışır bir haldedir.

Ayaklar altında kalan bu kişi; Umberto Eco’nun kitapta bahsettiğı, büyük emekler harcayarak yazdığı metnini yayınevlerine yollayan, ancak edebiyat dölnyasının Eco’ya göre çarpık ve gülölneç alışkanlık ve üstten bakmacı tavırları sebebiyle reddedilen yazar tiplerini tasvir etmektedir. Dolayısıyla rugan ayakkabıların sahibi de popöler kölölöl etkisindeki yayınevleri, onların sahipleri veya editörlerdir. Konuyla ilgili olarak kitabın arka yüzölnde Eco’nun şu sorularına yer verilmektedir: “Homeros’un Odysseia’sı, Dante’nin İlahi Komediya’sı, Cervantes’in Don Quijote’si ya da Kafka’nın Dava’sı bugün bir yayınevine gönderilse editör tarafından nasıl reddedilir” (Eco, 2017)?

Okura çerçeve içindeki çizim aracılığölyla içeriğöl dair gönderme yapan tasarımcı, kapak tasarımını; çerçevenin üst kısmında kalan beyaz boşluğöl koyu renk ve klasik sert hatlı fontu ile yazar ve kitap adlarını, çerçevenin alt kısmında kalan beyaz boşluğöl ise daha küçük puntolarla çevirmen adı ve kırmızı kalp logolu yayınevi adını yerleştirerek tamamlamıştır.

Umberto Eco Serisi'nde yer alan Yanlış Okumalar kitabının yeni nesil kapağında da beyaz bir zemini tercih eden Lomlu, yazar ad ve soyadı için mavi tonu tercih etmiştir. Sol üst köşede yuvarlak hatlı, büyük yazı karakteri ile yazılan "Umberto" yazısı net olarak okunurken; "Eco" yazısı büyük punto ile, harf harf tüm kapağa yaydırılmış ve üstüne bilinçli olarak yerleştirilen fotoğraf ile bir kısmı kapatılmıştır. "Yazar adı ve soyadı iki farklı tipografi ögesi olarak algılanarak kendi aralarında tasarlanabilir ancak bu iki bilginin yine de birbirinden çok koparılmadan tek parça olarak algılanması gerekir" (Güneş, 2022, s. 163).

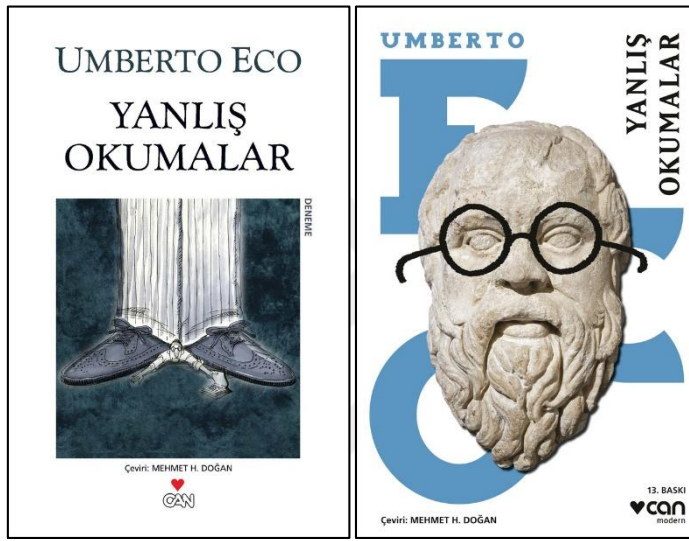
"Eco" yazısını kapatan, Umberto Eco'ya benzeyen bir büst fotoğrafıdır. "Edebiyat kitaplarında kapak olarak önde ya da arkada yazarın fotoğrafını kullanmaya yönelik bir eğilimin tercih edilmesi yanında zaman zaman da o öykü ya da romanın yazıldığı tarih ile çakışan plastik sanat ürünlerine de yer verilir" (Düz, 2001, s. 106).

Yazarın yüzüne oldukça benzeyen büstün gözlerine, tıpkı yazarın gözlüğü gibi siyah çerçeveli bir gözlük çizimi eklenmiştir. "Kullanılan fotoğrafla sembolik veya gerçekçi bir anlam oluşturulabilir ya da fotoğrafla ilişkisi olan bir öğeye gönderme yapılabilir. Tasarımcının hayal gücüne bağlı olan birçok farklı kullanımlı fotoğraf imgesi, gerçek hayata yakın görüntüsüne karşın soyut ve dolaylı anlamlarda da kullanılabilir" (Güneş, 2022, s.146). Günlük hayatta gerçek manada bir okuma yapılacağı zaman yanlış okumalara mahal vermemek için gözlük takma ihtiyacı güdülmesine de böylece bir gönderme yapılmış olmaktadır.

Sökmen her ne kadar "bir illüstrasyon bir şey gösterir, ama asla tek başına kitabın içeriğini gösteremez, temsil edemez. Dolayısıyla kitabın içeriğinin çizilmesi aslında imkansızdır" (Sökmen'den aktaran Kazma, 2015, s. 55) dese de yazarın İtalyan olması ve kitapta bahsi geçen konuların İtalyan edebiyatına dair olması, kapak tasarımında heykel resmi seçilmiş olmasını anlamlandırmaktadır. Heykeltraş ve heykelleri ile meşhur İtalya'ya dair popüler kültür öğeleri içeren kitapta, böylece biçim içerik uyumu da yakalanmaya çalışılmaktadır.

Bu kapak tasarımında, hiyerarşi dikkat çekicidir. Eco'nun adı ve ona benzeyen büst fotoğrafı ile kitap adından ziyade yazarın ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Kitabın yayınlanma ve pazarlanma süreçlerinde hangi tasarım ögesinin daha etkili olacağı düşünülüyorsa o ön planda tutulmalı, "diğer öğelerin ise önem sırasına göre hiyerarşik bir düzende konumlandırılacağı tasarımlarla tüketici algısı olumlu yönde şekillendirilmelidir. Örneğin; yazar ünlü bir isimse, bu ismin ön plana çıkarılması, kitabın isminin ise ikinci sırada yer alması sağlanmalıdır" (Asan, 2021, s. 244).

Lomlu, kitap adını, beyaz zeminli kapağın sağ üst köşesine dik bir şekilde siyah harflerle yerleştirmiştir. “Başlıklar yerleşimleri ile kullanılan görselle ilişkilendirilebilir, görselden kalan boşluklara başlık tipografisi yerleştirilebilir” (Güneş, 2022, s. 165). Tasarımcı, aynı şekilde siyah fontlu ancak daha küçük karakterli bir yazı tipi ile sağ alt köşeye baskı sayısı ve kitabın Can modern serisinden çıktığı bilgisini, siyah kalp logosu eşliğinde konumlandırmıştır. Çevirmen adı “O” harfinden arta kalan sol alt köşedeki boşlukta yerini almıştır. Böylece dengeli bir şekilde yerleştirilen tipografik öğelerle tasarım tamamlanmıştır. “Bir tasarımda denge unsuru varsa, o tasarım kendisiyle barışık demektir” (Sezer, 2015, s. 118).



Şekil 142. Yanlış Okumalar, Umberto Eco (<https://www.canyayinlari.com>)

7.7. Jean Paul Sartre- Duvar

Şekil 143’te Varoluşçuluk felsefesi ile tanınmış Fransız yazar ve düşünür Jean Paul Sartre’a ait Duvar kitabının klasik beyaz kapak ve Utku Lomlu tasarımı yeni nesil kapak tasarımı görülmektedir.

“Kitapların ön kapaklarında üç önemli öge bulunmaktadır. Bunlar; kitap adı, yazar adı ve görsel imajdan oluşmaktadır” (Asan, 2021, s. 244). Klasik beyaz kapak tasarımı “Duvar” kitabında; en üstte kahverengi tonlarda yazar adı, onun altında siyah renkli ve daha büyük punto ile yazılmış kitap adına yer verildiği görülmektedir. Kitap adı ile klasik resim çerçevesi arasında, kırmızı kalpli logosu ile yayınevinin adı ve kitabın türünün öykü olduğu bilgisi bulunmaktadır. Çerçevenin altında küçük puntolarla çevirmen adı yazılarak klasik bütünlük tamamlanmıştır.

Klasik beyaz kapağın odağında yer alan çerçevede, sadece üzeri çatlakmış izlenimi veren kahverengi bir taş fotoğrafı yer almaktadır. “Minimal anlayış; dizayn ağırlıklı tasarımlar

yerine sadece vurgulanmak istenen konuya odaklanan ve az elemanla tasarlanan bir yapıya sahiptir. Bu anlayış “az çoktur” ifadesinde yerini bulmaktadır. Bu sebeple minimal tasarımlar bir bağlamda ilgi odağı olacak şekilde yaratıcı ve çarpıcı olmak durumundadır” (Asan, 2021, s. 248). Ancak bu çalışmada yaratıcı ve çarpıcı bir çalışma odağı yerleştirilememiştir.

Burada, kitap adı ile beraber düşünüldüğünde fotoğrafın bir duvara veya duvarı meydana getiren bir taş a ait olduğunu düşünen okur için “Duvar” oldukça somut bir ifade kazanmaktadır. Oysaki “Duvar”, Jean Paul Sartre’ın İspanya iç savaşında esir düşen, hakkında verilen ölüm kararını beklerken yaşadıklarını konu ettiği Pablo Ibbieta’nın hikayesini anlatırken özellikle kullandığı bir metafordur. “Buradaki “duvar”, idam mahkûmunun önünde durduğu herhangi bir duvar mıdır, yoksa yaşam ile ölüm arasındaki görünmez duvar mı? Sartre’ı ilgilendiren, duvarın niteliğinden öte yokluğu karşısında bireyin neler yaşayacağıdır” (Sartre, 2025).

Bu noktadan hareketle, kapağın yazarın fikirlerini yahut kitabın içeriğini hakkıyla yansıtmadığı ve herhangi bir ilgi çekiciliğinin olmadığı düşünülmektedir. “Kitabın kapağının öyküyü bütünüyle yansıtması beklenmemeli. Ancak romanın ruhuna, can alıcı noktasına işaret eden bir tasarımı, detayı ya da estetiği olmalı. Kapak, kitabın türü, öykünün ana fikri ya da okura içine girdiği dünyaya dair ufak da olsa bir ipucu sunmalı” (Poyrazlar’dan aktaran Sevinçli, 2021). “Kitaptan görselliğini çıkarttığımızda kitap bir şey kaybediyor olmalıdır. Eğer böyle bir fark oluşmuyorsa, diyebiliriz ki, ortada aslında tasarlanmış bir şey yoktur. Yapıp edilenler, her kitaba uygulanabilecek şeylerdir” (Sökmen’den aktaran Kazma, 2015, s. 55).

Her ne kadar genellikle yazar adı, kapakta yer alan tipografik öğeler arasında kitap isminden sonra gelse de “bu kuralın dışına çıkılıp tam tersi tasarımlar yapıldığı da görülür. Yazarın kendi kitaplarından oluşan bir seri için kapak tasarımlarının ortak ögesi, yazar isminin tipografisi olarak alınabilir” (Güneş, 2022, s. 162). Duvar resminin merkezde olduğu klasik beyaz kapak tasarımına kıyasla yazar adının ön planda tutulduğu yeni nesil kapak tasarımına bakıldığında, yazarın çapraz yerleştirilmiş ad ve soyadından tipoloji aracılığıyla bir mekân oluşturulduğu görülmektedir. “Tipografik elemanların sadece sözel mesajlar ileten yazılar olmadığı, tıpkı görseller gibi aynı zamanda kendilerine özgü biçimlere, renklere, büyüklük ve konumlara sahip olan görsel elemanlar oldukları hatırlatılmalıdır” (Yücebaş’tan aktaran Özderin, 2019, s. 228).

“Sartre” kelimesi, içindeki “R” harfinin kapı olduğu bir duvar formunda okura sunulmaktadır. “Sartre” duvarından içeri girmek isteyenlere “R” harfi ile açılan kapının önünde, gerçek hayattan alınmış bir Sartre fotoğrafı yer almaktadır. “Fotoğraf, doğal bir

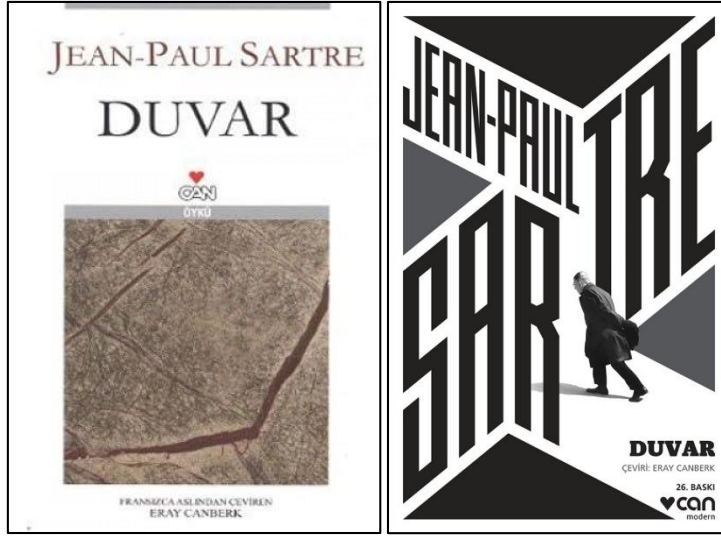
gerçekliğin yansıması olarak diğer tasarım elemanları ile birlikte kullanılabilir” (Gedik, 2022, s. 180). Fotoğrafta yazar; siyah kıyafetler içinde, bir kumaş parçası tutan eli arkasında, hafifçe öne doğru eğilmiş, gölgesi önüne düşmüş, yorgun ve düşünceli bir şekilde ileri doğru yürümektedir. “Kitap içeriği, kapak ile direkt ilintili olmayabilir ancak içerikle ilgili, gizemli bir imge yaratılması işlevini yerine getirmiş olacaktır” (Asan, 2021, s. 251).

Sartre’in yazdıklarını ve dolayısıyla düşüncelerini merak eden okuru, yazarı takip ederek o kapıdan içeri girmeye, dolayısıyla kitabı almaya teşvik eden kapak tasarımı ile Lomlu, Amerikan Grafik Sanatları Enstitüsü (AIGA) tarafından her yıl düzenlenen yılın En İyi 50 Kitap ve 50 Kitap Kapağı Tasarımı Yarışması’nda, 2020 yılında yılın en iyileri listesinde yer almıştır. “İyi kitap kapakları, genellikle, kitaba zekice bir katkıda, hatta yorumda bulunurlar. Bu yorum, tasarımcının kitaba eklediği imgesel bir katma değerdir” (Sökmen’den aktaran Kazma, 2015, s. 55).

Siyah renk tercihinin yapıldığı tüm yazılar, beyaz zemin üzerine yerleştirilerek zıtlığın yarattığı netlik, okunurluk ve algıda tam anlaşılabilirlik sağlanmış; kelimelerden arta kalan üçgen alanlarda, siyah ve koyu gri renk kullanımı ile genel tasarım konsepti desteklenmiştir. “Tasarım yüzeyleri üzerinde en fazla izlenen tonlar; grinin çeşitlemeleri ve siyahtır. Gri tonlar genellikle görsel imgenin yarımton reproduksiyon tekniğiyle tramlanması yöntemi ile elde edilmektedir” (Becer’den aktaran Düz, 2001, s. 141).

Kapıdan içeri doğru yürüyen yazar fotoğrafının yerleştirildiği ana yol zemini, beyaz renkte tasarlanarak zeminin sağ alt köşeye doğru uzatılması sağlanmış; böylece siyah renkli kitap adı, çevirmen adı, baskı sayısı bilgisi, yayınevi adı ve logosu önem sıralarına göre farklı büyüklük ve karakterde font kullanılarak bu temiz beyaz alana yerleştirilmiştir. Kapağın tamamı, duvarı simgeleyen kelimelerin de etrafında dönen beyaz bir çerçeve ile çerçevelenmiştir.

Jean Paul Sartre’ın Can Yayınları’ndan çıkan yedi farklı kitabı, aynı kapak tasarımı şablon kabul edilerek farklı renk kullanımı yoluyla okura set olarak sunulmuştur. “Bir kitabın aynı seriye ait olduğunu göstermek için bütün kitaplarda benzer renk paleti kullanılabilir. Aynı kompozisyonun farklı renklerde yorumlanması ile bir renk kodlaması oluşturulabilir. Sadece kitapların küçük bir alanında farklı renkler kullanılarak da aynı ayrışım yapılabilir” (Samara’dan aktaran Güneş, 2022, s. 150).



Şekil 143. Duvar, Jean Paul Sartre (<https://www.canyayinlari.com>)

7.8. George Orwell- Burma Günleri

Şekil 144’te Can Yayınları’nın ilk kez 2004 yılında bastığı, George Orwell imzalı Burma Günleri kitabının ilk baskısına ait klasik beyaz kapak ve Utku Lomlu tasarımı 2024 tarihli yeni nesil kapak tasarımı görülmektedir.

Kitabın ilk baskısına ait klasik beyaz zeminli kapakta; en üstten başlayarak yazar adı, kitap adı, tür bilgisi ve kırmızı kalp logolu yayınevi adının hiyerarşik bir sırayla farklı font ve punto ile yazıldığı klasik tasarım düzeninde, yazıların altında yer alan kare çerçeve içinde, kumral bir kadın, kadını boynundan tutkuyla öpen bir erkek ve onları bir duvar köşesinden gizlice izlediği görülen dekolte kıyafetli esmer bir kadının yer aldığı bir resim yer almaktadır.

Kitabın içeriğinin tutku, şehvet ve gizem dolu üçlü bir aşk hikayesi olduğu izlenimini veren, bir film sahnesinden alınmış gibi duran kapak resminde tercih edilen sarı, kırmızı ve yeşil tonlar, koyu renk bir arka fon üzerinde dengeli bir şekilde yayılmıştır. Tasarımı meydana getiren yapı taşlarından biri olan renkler, ışıqla birlikte var olurken izleyiciler üzerinde değişik duygular uyandırır. “Bunların bir bölümü kişisel, bir bölümü ise genellenebilir duygulardır. Sıcak renkler uyarıcı, soğuk renkler ise gevşetici ve dinlendiricidir. Renk, tasarımda, belki çizgi sisteminden daha etkili, duygulara daha yakından seslenebilen bir heyecan elemanıdır” (Düz, 2001, s. 137).

İçinde kullanılan renk seçimlerinin özel bir anlam taşımaksızın kıyafetlere özgü sıradan seçimler gibi durduğu resmin çerçevesinde de yeşil renk kullanılmıştır. “Grafik tasarım ya da görsel iletişimde renkler kuralsız bir biçimde uygulanma özgürlüğüne sahip değildir. Aynı

ilke, tasarımın diğer disiplinlerini de kapsamakla birlikte, renkler, resim sanatında bile keyfi nedenler doğrultusunda kullanılamazlar” (Özderin, 2019, s. 233).

Çerçevenin altında kalan beyaz boşluğa çevirmen adı ortalı bir şekilde yerleştirilerek tasarımı tamamlanan kapak; her ne kadar kitaba ucuz roman havası vererek okura konunun sadece aşkla ilgili olduğunu düşündürse de aslında Orwell, Burma Günleri’nde, “İngilizlerin Birmanya diye de bilinen, bugün resmî adı Myanmar olan Burma’daki yaşamını, sömürgecilerle iş birliği yapan yerlileri, baskı ve sömürü düzenine karşı çıkanları, aşk, nefret, tutku çemberinde ustalıkla” anlatmaktadır (Orwell, 2024).

Bir kapak tasarlanırken “yüzey üzerinde düzenleme için kullanılan bütün öğelerin sorunsuz bir kurgu içinde yer alması dikkat gerektiren hususlardandır. Bu sadece boşluğun da dahil olduğu yüzeyin görsel elemanlarla tasarlanmasını değil, tasarım aşamasında tasarımcının bilgi kaynaklarının nicelik ve nitelik düzeyini de içine almaktadır” (Akgül, 2018, s. 200).

İlk kapaktan 20 yıl sonra tasarlanan yeni nesil kapak tasarımında ise; ilk kapağın aksine, kapağın tamamına baskın şekilde şeritler halinde yerleştirilen sarı, yeşil ve kırmızı renklerin, tasarımcı tarafından bilinçli olarak kullanıldıkları görülmektedir. “Renkler, zihin onları ton olarak veya renk bazlı duygu ve anı tetikleyicileri olarak süzene kadar pigmentlerden ibarettir” (Lipps’ten aktaran Corbett, 2023, s.31). Tasarımcı bu renklerle okura Myanmar bayrağının renklerini sunarak olayların geçtiği yerin mesajını vermekte, bayrak renklerini sembole dönüştürmektedir. “Sembol grafik sanatlarda iki bağlamda kullanılmaktadır. Birincisi, herhangi bir duygu, düşünce veya marka için yaratılan sembollerdir. İkincisi ise; sembolik olgunun, kültürel iletişim için anlam yüklediği görsel veya görsel olmayan her şeyi kapsamasıdır” (Asan, 2021, s. 234).

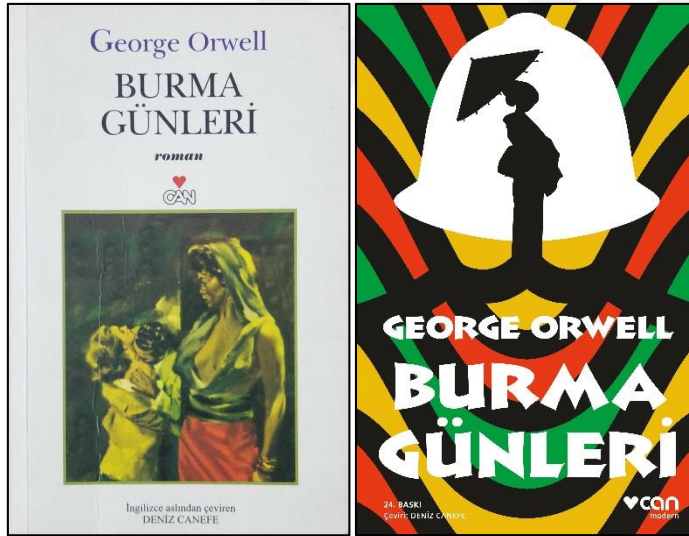
Bayrağı temsil eden dalgalı sarı, yeşil ve kırmızı şeritler birbirinden, dalgalı siyah şeritlerle ayrılmıştır. “Düz veya kıvrımlı, kalın veya ince, sürekli veya kesik, grenli veya keskin özelliklere sahip çizgiler tasarımda; objenin dikkat çekmesi veya iki obje arasına koyularak gözün onları birbirinden ayrılmasının sağlanması amacıyla, zaman zaman ise bazı mesajların iletilmesi için kullanılmaktadır” (Ketenci ve Bilgili ’den aktaran Sezer, 2015, s. 100). “Birçok çizginin bir arada bulunuşu, tek bir çizgi içindeki dönüş ve kıvrımlar ile değişik tonların oluşturduğu yüzeyler; bir tasarımda biçimi oluşturan unsurlardır” (Becer ’den aktaran Düz, 2001, s. 134).

Sağ ve sol üst köşelerden başlayarak kapağın merkezine doğru geldikçe bıyıklı bir insan çehresi ve oradan aşağı doğru indikçe de insan vücudu şeklini alan dalgalı şeritler, çehredeki burundan yukarı çıkarak elinde şemsiye tutan, geleneksel kıyafetler içinde olduğu anlaşılan,

yerli bir kadın silüetine dönüşmektedir. Sola doğru dönmüş olan bu kadın figürü, insan çehresinin üstüne yerleştirilen beyaz askeri bir kaskın içinde yer almakta, kapağın merkezini oluşturmaktadır. “İletilmek istenilen mesajın etkili bir şekilde aktarılabilmesi için, vurgu unsurunun yüzeyin optik merkezinde yer alması ve tasarım yüzeyinde çok fazla vurgu kullanımı yapılarak etkinin azaltılmaması gerekmektedir” (Sezer, 2015, s. 121).

Kaskın beyaz zemini üzerindeki kadın silüeti, geneli oldukça canlı ve hareketli olan kapağa dinginlik veren bir odak noktası oluşturarak dikkatleri üzerine çeken kısım olmaktadır. “Dikkati çekilmiş izleyicinin mesajı inandırıcı bulması ve mesajın doğrultusunda geri bildirim göstermesi tasarımın kurgusuyla bağlantılıdır. Kurgu bir yandan mesajın anlam bütünlüğünü taşıırken bir yandan da mesajın inandırıcılığını taşımakla yükümlüdür” (Akgül, 2018, s. 55).

Kapağın alt yarısına farklı büyüklük ve karakterde hiyerarşik bir düzende yerleştirilen, dalgalı şeritlerin yuvarlak hatlarının tersine, keskin ve sert hatlara sahip yazıların tamamı ise beyaz renkte tasarlanmıştır. “Yazı karakterlerinin hepsi notalar gibi farklı bir sese, tona, çağrışım ilişkilerine sahip bulunmaktadır” (Sezer, 2015, s. 151).



Şekil 144. Burma Günleri, George Orwell (<https://www.canyayinlari.com>)

7.9. Honoré de Balzac- Goriot Baba

Şekil 145’te 19.yüzyılda Fransa’da yaşamış olan yazar Honoré de Balzac’ın 1835 yılında yazdığı ünlü romanı Goriot Baba’nın Can Yayınları’ndan çıkan klasik beyaz ve yeni nesil kapak tasarımları görülmektedir.

Telif hakkı birçok yayınevinde olan kitabı, Can Yayınları ilk kez 2000 yılında yayınlamıştır. Klasik beyaz kapak tasarımında Fransız izlenimci ressam Edgar Degas’ın 1896 yılında yaptığı

“New Orleans’taki pamuk ofisi” (A Cotton Office in New Orleans) tablosundan bir bölüm kullanılmıştır. Degas’ın “hızlı fırça darbeleriyle doğal ışık etkilerini yakalama gibi İzlenimciliği tanımlayan unsurları” kullandığı (“Edgar Degas”, 2025), toprak tonları ve siyahın hâkim olduğu tabloda; beyaz gömleği, siyah papyon, şapka ve siyah takım elbisesi ile bir sandalyede oturduğu görülen gözlüklü yaşlı adam, döneminin iş insanı profilini yansıtmaktadır. “Işık ve rengin her dönemde önemli olduğu bilinmekte ancak İzlenimcilik sanat akımının bu konuyu temel amaç edinmesi kadar güçlü bir yaklaşıma rastlanılmamaktadır. Çünkü empresyonist ressam, aynı kompozisyonu günün farklı saatlerinde çalışmışlardır. Buradaki temel amaç, ışığa bağlı renk değişimlerini saptamaktır” (Asan, 2021, s. 242).

Bir müze tarafından hem izlenimci akıma hem de Degas’ya ait satın alınan ilk eser olma özelliği taşıyan bu resmi ressam, amcasının New Orleans’taki pamuk toptancıları ofisinde yapmıştır. “Amcasının işi iflasın eşiğindeydi. Resimde önde oturan amcası, pamuğun kalitesine bakıyor, hemen arkadaki sandalyede abisi gazetede iflas haberlerini okuyor, diğer abisi cam kenarında, etrafta çalışanlar... Battık ama hala çalışıyoruz der gibi...” (Yüksel, 2011).

Kapak resminin tasarımcı tarafından seçilmesinin temel sebeplerinden biri tablodaki yaşlı adamın durumunun roman kahramanı Goriot Baba ile olan ortak kadersel bağı olabilir. Zira zaman ve mekân itibarıyla Degas’ın amcası gibi 19.yüzyılın Paris’inde yaşayan Goriot Baba da kızları için büyük fedakarlıklarda bulunduktan sonra gücünü, iktidarını, parasını, sağlığını, itibarını kaybetmiş yaşlı bir adamdır. Kapak tasarımcıları kurgularını tasarlarken anlamsal boyut ve biçimsel form birlikteliğini sürekli sorgulamaktadırlar. “Kitabın biçiminden içeriğine kadar gerçekleşen bu detaylı sorgulama tasarımcıyı ya da sanatçıyı kurgu üzerinde düşünmeye yönlendirdiği için, kitabın bütünlüğünü kendine sınır belirlemiş her sıra dışı, özgün biçim ve öge bütüne katkıda bulunan vazgeçilmez parçalar halini alır” (Akgül, 2018, s. 200).

Bir burjuva trajedisini anlatan romanın klasik kapağında; beyaz zemin üzerinde odakta bulunan çerçevenin üst bölümünde, hiyerarşik düzeni ile önce lacivert renk tonlu yazar adının, onun altında daha büyük puntolarla siyah renkli kitap adının yer aldığı görülmektedir. Çevirmen adının çerçevenin hemen alt kısmında ortalanarak hizalandığı tasarım, sağ alt köşeye klasik kırmızı kalpli logosuyla yayınevi adının yerleştirilmesi ile tamamlanmaktadır.

Can Yayınları, 2018 yılında yeni nesil kapak tasarımında Goriot Baba ile beraber Frankenstein, Babalar ve Oğullar, Büyük Umutlar, Genç Werther’in Acıları, Karamazov Kardeşler, Savaş ve Barış gibi 20 dünya klasiğinden oluşan Can Klasikleri

Özel Serisi kitap kapakları için Türkiye’den 20 çağdaş fotoğraf sanatçısı ile çalışmıştır. “Söyleyecek yeni bir şeyi olmasının ötesinde, onu söylemenin yeni bir yolunu bulmanın peşindedir, sanatçı” (Vassaf, 2018, s. 164). “Güçlü bir mesajı olan çarpıcı bir fotoğraf tek başına tasarımda kullanıldığında mesajı aktarmak için yeterli olabilir” (Güneş, 2022, s. 145).

Yalnızca okurların değil sanatseverlerin de belleğinde iz bırakmayı, “klasik metinlerin günümüzde de yaşadığını ve günümüz sanatçılarına esin kaynağı olabileceğini gösteren bir dizi yaratmayı amaçlayan” (Burgaz, 2018) bu çalışmada; Goriot Baba, fotoğraf sanatçısı Ekin Özbiçer ile eşleşmiştir. “Fotoğraf çekme eylemi yalnız bir nesneyi veya canlıyı doğrudan başkasına aktarma eylemi ile oluşmaz. Fotoğraf çekmek aslında fotoğrafı çeken kişinin gördükleri ve düşündüklerinin bir ifadesi olarak kitap kapağında canlanmaktadır” (Gedik, 2022, s. 180).

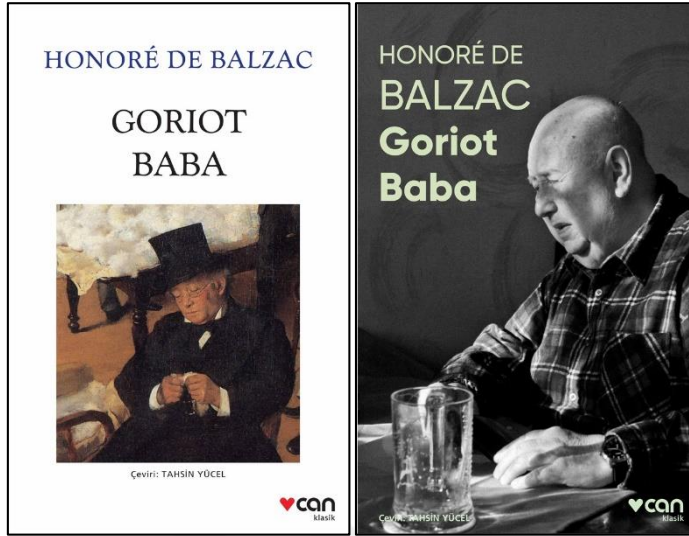
Görsel sanatlara ilgi duyan, görsel vizyon sahibi kitap tutkunlarına hitap etmesi beklenen seri kapaklarının tamamında olduğu gibi burada da siyah beyaz bir fotoğraf tercih edilmiştir. “Tasarım eğer iki renkle, çok renkliden daha etkin bir güçte olacaksa, az ama öz olacağı için bu tercih edilmelidir” (Düz, 2001, s. 139).

Son düzenlemelerini Utku Lomlu’nun yaptığı Gorit Baba yeni nesil kapak tasarımında kullanılan Ekin Özbiçer çalışmasında; ekoseli gömlek giymiş, kol saati takmış, yüz hatları ve kilosundan ileri yaşlarda olduğu anlaşılan kel bir adamın, üzerinde boş, büyük bir bardak olan bir masa başında oturduğu görülmektedir. Karşısında bir pencere olduğu izlenimini edindiğimiz adamın yüzüne, kıyafetine, eline ve masaya vuran ışık dikkat çekmektedir. Arkasındaki duvarda desenli bir duvar kâğıdı bulunan adam, ışığın etkisiyle gözlerini hafifçe kırmış, dudakları aralık bir şekilde, masadaki bir noktaya dikkatle bakmaktadır. “Barthes’in düşüncesine göre nasıl ki metinde iletinin tözünü sözcükler oluşturuyorsa, fotoğraf iletisinin tözünü de çizgiler, renkler, yüzeyler oluşturur” (Barthes’dan aktaran Arslan, 2016, s. 39).

Kapağın duvar kâğıdı fonuna sahip sol tarafına büyük fontlu yazar adı, onun altına küçük font kullanımının tercih edildiği kitap adı yerleştirilmiştir. Burada dikkat çeken unsur, yazar adının kitap adına oranla daha büyük punto ile ve büyük harf karakteri ile yazılmak suretiyle öne çıkarılmasıdır. “Yazar eğer ünlü ve bilinen bir kişi ise, kitap isminin önüne geçebilir” (Güneş, 2022, s. 162).

Fotoğrafın tamamını kapladığı kitap kapağında; masanın bitimindeki sol alt köşede, kitabın Can klasik serisine ait olduğu bilgisi kalp logosu eşliğinde konumlandırılırken; sol alt köşeye

yerleştirilen çevirmen adı, bardak fotoğrafının üzerine denk gelmesi ve renklerinin yakın tonlarda olması sebebiyle çok net okunamamaktadır.



Şekil 145. Goriot Baba, Honore de Balzac (<https://www.canyayinlari.com>)

7.10. Giuseppe Tomasi Di Lampedusa- Leopar

Şekil 146’da İtalyan yazar Giuseppe Tomasi Di Lampedusa’nın Can Yayınları’ndan ilk kez 1998 yılında çıkan Leopar adlı kitabına ait klasik beyaz kapak ve yeni nesil kapak tasarımları görülmektedir.

Prens Fabrizio Salina’nın hayat hikayesini ve onun aristokrat ailesini Sicilya’daki Bourbon Krallığı’nın çöküş dönemi ekseninde aktaran roman, ailenin 1860 yılında Palermo’da Salinas Sarayı’nda günlük tespih duasını yaparken başlamakta; “mekân anlatımında leopar tasvirli aile kalkanını tutan antik Roma tanrılarının varlığını, mitolojik unsurların, Hristiyanlık öğeleriyle bir araya geldiği bir şapel betimlemektedir” (Hazırlar, 2024). Mitoloji ve sanattan beslenerek soylu sınıfın bitmek bilmez partilerini kumaşlar, kristaller, şapeller ve tablo gibi unsurlar eşliğinde okura sunan romanın Can Yayınları’ndan 1998 yılında çıkan ilk baskısı, klasik beyaz kapak tasarım şablonuna uygun olarak tasarlanmıştır.

En üstte tek satır halinde yerleştirilmeye çalışılan yazar adı, uzunluğu sebebiyle küçük puntolu olarak yazılmış, onun hemen altına büyük yazı karakteri ve büyük punto ile siyah renkli olarak kitap adı konumlandırılmıştır. Klasik şablona uygun olarak kapağın merkezine yerleştirilen çerçevede illüstratör Robert McGinnis’e ait bir çalışmanın bulunduğu görülmektedir. Bu çalışmada dikkati hemen çeken kasvetli ve karanlık bir ortamda yer alan kırmızı renkli elbisesi içindeki siyah saçlı kadındır. “Kırmızı renk yarattığı tutku ve heyecan

duyguları nedeniyle aşk veya macera kitap kapaklarında kullanılabilir. Ayrıca verdiği tehlike duygusu ile korku ve gerilim türü kitaplarda da tercih edilir” (Güneş, 2022, s. 149-150).

Resimde yer alan kadın; bakımlı tırnakları ve elleri, incecik bedeni, zarif duruşu, elbisesinin kollarında ve boynundaki şalda bulunan dantel detaylar yanında sol elinde tuttuğu çiçekle de dikkat çekmektedir. Koyu gri ve siyah tonlarda duvarları olan, kemerli bir iç mekândaki yukarı doğru çıkan merdivenlerin başında duran kadının yüzü, sol tarafta var olan ancak sadece küçük bir kısmı görünen bir pencereye doğru dönüktür. Pencereden yayılan ışık, duvarda bir bölümü aydınlatmaktadır ve bu aydınlık bölümde bir yarasanın uçuyor olduğu gözlemlenmektedir. Bu noktada kadının tam olarak pencereye mi, yarasaya mı, yoksa aydınlığa mı odaklandığı bilinmemektedir. “Bazı kapaklar vardır ki içeriğinde insanı karamsarlığa itecek gerçekler vardır. Resimlemeler karamsar bir hava yansıtabilir. Underground katmanlı bir tabaka hâkim olabilir” (Düz, 2001, s. 113).

Romantik roman kapak tasarımları ve retro tarzı ile tanınan Amerikalı illüstratör Robert McGinnis’in çalışmalarından bazıları, özellikle 1960 ve 1970’li yıllarda Amerika’da basılan kitaplarda kapak olarak kullanılmıştır. Ancak bu kapakta illüstratörün bir çalışmasına yer verilmesi, özellikle zamansal ve mekânsal bağlamda biçim içerik uyumuna aykırılık göstermekte ve dolayısıyla okuru yanıltmaktadır. Ne romanda bahsi geçen 19. Yüzyıl İtalya’sı ve oradaki sosyal, kültürel, toplumsal yaşama dair bir kesiti, ne kitabın adına dair bir göndermeyi içermeyen tasarım, 20. Yüzyıl Amerika’sı ve o dönemin kadın figürü ile ön plandadır. “1940’tan itibaren 30 yıllık bir süre içinde kitap kapakları kitap ressamı tarafından tasarlandı. Kitapların zemin kısmını elleriyle çizip sonra tipografideki yazı kalıplarını kullanarak kitap ve yazarın ismini yazıyorlardı. Kadınlar yoğun olarak kullanılıyordu bu resimlerde. Çünkü kadın objesi toplumda merak konusuydu” (Sönmez’ den aktaran, Yıldız, 2006).

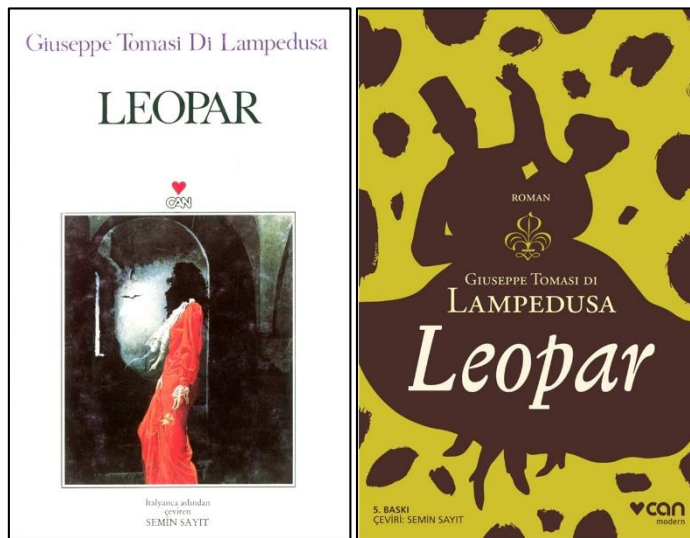
Leopar kitabının klasik beyaz kapak tasarımı, çerçevenin alt kısmına çevirmen adının ortalanarak yerleştirilmesi ile tamamlanmaktadır.

Kitaba ait, 2024 yılında çıkan, Utku Lomlu tasarımlı baskının yeni nesil kapak tasarımında; dans eden bir çift illüstrasyonu görülmektedir. “İllüstrasyon, verilmek istenen mesajı en kısa yolla anlatan, görsel bir iletişim yöntemidir” (Sezer, 2015, s. 162). “Bununla birlikte kitapların ve ambalajların üzerinde kullanılan, içeriği hakkında net bir mesaj veren resimlemelerdir. Genellikle, kitap kapaklarında kullanılan illüstrasyonlar, hiyerarşik düzende ön planda yer almaktadırlar” (Asan, 2021, s. 245).

İllüstrasyon çalışması, fıstık yeşili bir zemin üzerinde kahverengi lekelerle oluşturulmuştur. “Yüzeyleri, herhangi bir malzeme ile örterek; renk, doku, ışık-gölge, ölçü, geometri, derinlik olarak ifadelendirmenin tekniği lekedir. Tamamen algısal bir görüngü anlatım ögesidir. Görsel sanatlarda leke, biçimlendirmenin, hacimlendirmenin, derinliğin anlatım tekniğidir” (Atalayer’den aktaran Düz, 2001, s. 132).

Şapkalı bir erkekle dans eden topuz saçlı kadın figüründen oluşturulan bu illüstrasyon çalışmasında; kadının kabarık etek silüetinin üzerine küçük harf karakteri ile kırık beyaz bir tonda yazılan kitap adı, kitabın odak noktasını oluşturmakta “Leopar” adını okuyan okur, kapak renk ve deseninin leopar desenine atıf yaptığını anlamaktadır. “Şekil-zemin ilişkisi; insanların bir olayın sadece bir parçasını şekil, diğer parçasını da fon (arka plan) olarak tanımaya doğuştan meyilli olduğunu gösterir” (Sezer, 2015, s. 131). “Bilinçli bir tasarım, imge kaynaklarının, duysal zenginliklerin, toplumsal, kültürel birikimlerden oluşmuş olgun ve zengin bir dil dağarcığından ortaya çıkan seçkileri ve esinlenmenin görsel yansıması olarak görülebilir” (Akgül, 2018, s. 200).

Kitap adının hemen üstüne iki satır halinde soyadı, daha büyük punto ile olacak şekilde yazar adı, onun üstüne yazıları birbirinden ayırmak için kullanılan bir desen ve kitabın roman türünde olduğu bilgisi, daha küçük puntolarla yazılarak konumlandırılmıştır. Kapağın sağ alt köşesinde kalan fıstık yeşili alanda; kitabın Can modern serisine ait olduğu bilgisi, sol alt köşesinde kalan alanında ise baskı sayısına ve çevirmene dair bilgiler yer almaktadır. Küçük puntolar halinde ve kahverengi tonunda yazılan bu yazılarla kapak tasarımı sade ve öz bir şekilde tamamlanmaktadır.



Şekil 146. Leopar, Giuseppe Tomasi Di Lampedusa (<https://www.canyayinlari.com>)

7.11. Victor Hugo- Sefiller

Şekil 147’de gördüğümüz, her ikisi de Can Çocuk’ tan çıkan kitap kapakları, Victor Hugo’nun ünlü Sefiller kitabına ait klasik beyaz ve yeni nesil kapaklardır.

Can Yayınları’nın klasik beyaz kapak tasarımının kullanıldığı eski basım Sefiller kitap kapağına, romanın baş karakteri Jean Valjean’ın Kutlay Sındırgı tarafından çizilen bir portre resminin ortalanarak konduğu görülmektedir. Arka fonu mor ve bej renklerden oluşan portrede; uzun saç ve sakalları olan, kalın kaşlı, saçlarının önündeki dökülme ve alnındaki kırışıklıklardan yaşlı olduğunu anladığımız, kravatı ve ceketindeki mendili ile şık bir görünüm sergileyen bir adam resmedilmiştir.

Adamın yüzünde, çocuklarda tedirginlik hissi yaratabilecek ve mutluluk, sevinç, neşe, ümit gibi rahatlatıcı ifadelerden uzak bir ifade bulunmaktadır. Bu durum, kitabın hedef kitlesinin çocuklar olduğu düşünüldüğünde kitap satışlarına negatif etkileri olabilecek bir durum gibi gözükmemektedir. “Resimli çocuk kitaplarının tarihine bakıldığında, tasarımcı tarafından duyuların ve yaratıcılık faktörlerinin biçimlenmesi gereksiniminin çocuğun dünyasında var olan duyguların farklı tatlar şeklinde doyurulması ihtiyacından doğduğu görülür” (Sezer, 2015, s. 163).

Portredeki kişinin kitabın yazarına ait olduğu fikri de çocuklarda hem kafa karışıklığına sebep olabilecek hem içerik hakkında bilgi vermediği için çocukların ilgisini çekmeyerek onları, başka birçok yayınevinin de telif hakkına sahip olduğu bu tarz ünlü kitaplarda daha eğlenceli ve renkli tasarım yapan yayınevlerine yönlendirebilecektir. “Çocuk kitaplarının içeriği, resimleri ne kadar önemli ise dış görünümü de çok önemlidir” (Düz,2001, s. 102). “Çocuk kitabı tasarımı yapıyorsanız doğası ve anlayışı gereği illüstrasyon kullanmanız akıllıca olacaktır” (Gençer’den aktaran Gedik, 2022, s. 204).

Kitap ve yazar adının beyaz zeminin üst parçasında ortalanarak ve küçük, dikkat çekmeyen puntolarla, çocukların beklentilerinden uzak, sert ve keskin hatlı bir tipografi ile yazıldığı kapakta dikkat çekici ve çocuklar için cezbedici olabilecek tek öge, Can Yayınları’nın kırmızı kalpli logosudur.

İlk baskısı 2003’te çıkan, Lom Creative tasarımlı yeni nesil ‘Sefiller’ kitap kapağı tasarımına bakıldığında ise kapakta Emile Bayard’a ait orijinal siyah beyaz Cosette portresinin kullanıldığı görülmektedir. Yırtık kıyafetleri, dağınık saçları ile yalınayak bir halde, elinde boyundan büyük bir süpürge ile yerleri süpüren küçük kız çocuğuna ait bu resim, kapağın

odağına yerleştirilerek vurgulanmıştır. “Kapak tasarımı yaparken vurgu unsuru da önemlidir. Temel tasarım prensiplerinden biri olan vurgu; herhangi bir tasarım içinde ön planda olması istenilen ögenin odak noktaya yerleştirilmesidir” (Özbek’ten aktaran Öksüz, 2022, s. 45).

Çocukların ilgisini çekecek, içerikle uyumlu en vurucu unsuru seçen tasarımcı; bu minimal çalışmasında, kapağı Fransız bayrağına ait mavi, beyaz ve kırmızı renklerle üç dikey bölmeye ayırmış, böylece kitapta bahsi geçen konuların Fransa’da geçtiğinin bilgisini de arka planda okura vermiştir. Burada bayrak Fransa’nın sembolüdür. “Kitap kapakları tasarlanırken imgesel bağlamda sembolün anlatım ve ikna gücünden yararlanılmaktadır. Sembollerin, yerel ve evrensel olarak iki yüzü olduğunu söyleyebiliriz” (Asan, 2021, s. 235).

Grafik tasarımcı buradaki renk seçiminde rengin kültürel çağrışımı unsurundan faydalanmıştır. “Renk, evrensel bir iletişim aracı olarak da tasarımlarda kullanılabilir” (Samara’dan aktaran Güneş, 2022, s. 148). “Kitap kapaklarında kullanılan sembolik renkler, kompozisyonda direk mesaj verme aracına da dönüşebilmektedir” (Asan, 2021, s. 243).

Klasik beyaz kapağa kıyasla yeni nesil tasarım kapaktaki tipografi incelenecek olursa burada; yumuşak hatları olan, çocuk el yazısı stilinde, kapak tasarımı ile bütünleşmiş bir başlık kullanılarak çocuklara kitap içeriğinde kitabın adını yumuşatan etmeneler olduğu mesajının verildiği gözlemlenmektedir. “Tipografinin temel işlevi okunurluktur, harf biçimleri bir bilgi, mesaj, olay veya düşüncüyü aktaran bir araçtır” (Uçar’dan aktaran Çeken ve Ersan, 2019, s. 228).



Şekil 147. Sefiller, Victor Hugo (<https://www.canyayinlari.com>)

BÖLÜM VIII

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bugün artık dijital bir çağın data verileri arasında kalmış insanın kendini “bilgi oburu” olarak adlandırabileceği bir çağdayız. Çağın gereklerine göre üretim yapmayanların tüketim yaptıramadığı ve dolayısıyla yok olup gitmeye mahkûm olduğu bir piyasa gerçeği ile karşı karşıyayız. Bu sebeple dünya genelinde tüm şirketler, kuşaklararası geçişlerin getirdiği zorluk ve riskleri fırsata çevirme gayreti içindedirler.

Rakip firmalara fark atmanın önemli bir yolu olarak, zamanı gelmeden önce olacakları görmek ve çok önceden piyasaya süreceği ürüne dair üretim alt yapı planını hazırlamak durumunda olan firmalar; çoğunlukla arzu ettikleri satış oranlarına ulaşabilmek istiyorlarsa, hitap ettikleri alandaki hedef kitleyi doğru tanımaları, doğru tanımlamaları ve topladıkları bilgileri doğru algılayarak kendi lehlerine çevirmeleri gerektiğinin çoğunlukla farkındadırlar. Bu farkındalığa sahip firmalar; bünyelerindeki halkla ilişkiler uzmanından reklamcısına, pazarlamacısından tasarımcısına kadar tüm çalışanları ile hedef kitlesinin hangi kuşağa mensup olduğunu belirledikten sonra; kuşağın belirgin özellikleri, duyarlı olduğu değerler, yoğun harcama yaptığı alanlar, tüketiceği ürüne ve markaya dair beklentiler, karar alma sürecindeki bilgi kaynakları ve satın alma sürecinde onu etkileyen mecralar gibi konular hakkında elde ettikleri verilere göre yol almaktadırlar.

Hedef kitlesini Sessiz Kuşağın oluşturduğu bir firma, kuşak mensupları değişikliktan çok hoşlanmadığı için ürün adı, içeriği, biçimi gibi alanlarda sıkça değişikliklere gitmemesi gerektiğini bilir; tasarrufa verilen önemi bildiği için ortalama fiyat dengesini korur; ürün tasarımlarında çok canlı renkler yerine sakin tonları tercih eder ve sadelik unsuruna önem verir. Hedef kitlesi Sessiz Kuşak olan firmalar, bu kitleye uygun ürünlerini kuşaklar bağlamında benzer özellikler taşıyan Bebek Patlaması Kuşağı’na da rahatlıkla satmaktadırlar. Bebek Patlaması Kuşağı mensupları eğer firmaya dair bir güven duygusu

geliştirmişse artık o firmadan kolay kolay vazgeçmezler. Böylece kuşağın sadakatli yapısı ve değişime karşı direnç göstermesi, firma için bir avantaja dönüşmektedir.

X Kuşağı'na hitap eden bir firma içinse kriterler değişmektedir. Firmalar, tasarımlarının her iki cinsiyete de hitap ettiği ürünlerle, eğlence unsurlarına önem veren kuşağın aklını sanat, siyaset ve spor gibi alanlarda tanınmış ünlü simaları kullanarak çelebilir ancak seçtiği marka isimlerin aile sahibi, geleneksel değerlere önem veren kişilerden seçilmesi hususuna dikkat etmelidir. Eğitimi önemseyen kuşağın, üşenmeden ürüne dair her türlü bilgiyi okumaya çalışacağını bilerek hazırlayacağı ürün tanıtım kitapçıkları ile bu firmalar, kuşağın dönemine ait müzik veya filmleri kullandığı reklam seçenekleriyle de tüketici eylemlerini lehine çevirebilir.

Alışverişe çokça zaman ayıran ve yeni şeyler denemeyi seven Y kuşağı için hazırlanacak ürünlerin tasarımında ürünün içerik ve biçiminde yer yer değişikliğe gidilebilir veya tüketiciye dönem dönem alternatifler sunulabilir. Sosyal medyanın gücünü sıkça kullanan, internet aracılığıyla bilgiye erişen kuşak için sosyal medya ağırlıklı reklamlar, firmayı benzerleri arasında daha fark edilir kılabilir. Kuşağın zevkine ve keyfine düşkün olmasını ürün tasarımında pozitif bir unsur olarak kullanmayı başarabilen firmalar, finansal açıdan öncüllerine göre küresel anlamda daha iyi durumda olan Y Kuşağı'nın ürünü beğendikten sonra fiyatına çok da takılmayacağını bilmenin rahatlığını yaşayabilir.

Bugünün en genç nesli, Z Kuşağı, anlaşılması ve belki bu sebeple ulaşılması da en zor kuşak. Satın alma eylemlerinde motivasyonunu duygularından alan kuşağın mensupları, değişimi her daim kucaklayabilmektedir. Bir firma, bir ürün çıkaracağı zaman o ürüne dair ne kadar çok çeşit çıkarabilirse ne kadar çok alternatifle hedef kitleye yaklaşırsa o kadar çok kazanacaktır. Kuşak üyeleri seçebildiğini ve kendi iradesini gösterdiğini “hissetmek” istemektedir. Geleneksel olanın dışına çıkmış, doğa ve hayvan dostu ürünler üretmek; reklamlarında barışçıl bir dil ve yaratıcı zekayı ön planda tutmak kuşak üyelerinin dikkatini çekmektedir. Firmalar, neredeyse 24 saat çevrimiçi olan kuşak üyelerine sosyal mecralardan ulaşmanın en doğru yol olduğunu, neslin kolay sıkılan, metin yerine görsel seven, marka takıntılı, trendleri önemseyen, rutin ve standardı sevmeyen, yaratıcı, özgürlüğüne düşkün, bağımsız ve bireysel kişiler olduklarını ürün üretiminin ve pazarlanmasının her safhasında göz önünde bulundurmalıdır.

Tek bir kuşak bazında iş yapan firmalar olduğu gibi birden fazla kuşak için ürün hizmeti sunan firmalar da çoğunluktadır. Bu firmalarda, geleneksel kültür ile popüler kültür arasında meydana gelebilecek kuşaklararası çatışma durumu; kuşaklar arasında doğru iletişimi

sağlama, ortak bağlara tutunma, farklı ürün yelpazesine sahip olabilme, koşulsuz güven duygusu yaratma ve karşılıklı ihtiyaçları sağlamak niyetiyle kurulacak örnek bir kuşaklararası dayanışma ile aşılabılır.

Bugün artık dünyada ve Türkiye’de hemen hemen her sektörde karşılaşılabilen kuşaklararası çatışmanın; yeniliklerin iştahlı takipçileri olan genç kuşağa deneyimli liderleri eğitme şansı verirken, yeni kuşaklara da tecrübe ve bilgi birikiminden faydalanma imkânı veren, yeni nesil usta-çırak ilişki biçimi sayesinde avantaja dönüştürüldüğü görülmektedir.

En önemli rekabet avantajının insan faktörü üzerinden elde edildiği 21. yüzyılda; genel tüketici eylemlerini belirleyen psikolojik, sosyokültürel, kişisel ve sosyal medya gibi faktörleri dikkate alarak satın alma eylemlerini lehine çevirmek isteyen tüm firmalar gibi yayınevleri de satışlarını arttırmak amacıyla okurların tüketim kararlarını kendi lehlerine çevirebilmek için sürekli farklı yöntemler ve uygulamalar geliştirmekte, yeni çağın beklentilerini karşılamaya çalışmaktadırlar.

Her sene milyonlarca satış gerçekleştirilen kitap piyasasında büyük oranda pay sahibi olmaya çalışan yayınevleri, kuşaklara ait özelliklere hâkim olarak hitap ettiği kitlenin beklentilerine göre yol almaya ve kuşaklara uygun iletişim modelleri geliştirmeye çalışmakta; bunun için kapak tasarımlarında, okurun algısını tetikleyen, olumlu tutumlar geliştirmesine vesile olan ve nihayetinde okuru kitabı satın alma eylemine iten biçimsel ve tasarımsal özelliklere dikkat etmektedirler.

Konuya dair geçmiş yıllarda yapılan araştırma verilerine bakıldığında elde edilen sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

- Türü ne olursa olsun kitapların; boyut, biçim, sayfa yapısı, fiyat, yayınevi, konu, çevirmen, anlatım dili, sayfa sayısı, yazar, kâğıt türü ve cilt kalitesi gibi unsurlar dışında kapak tasarımlarının estetik yapısı ve bütünlüğünün de kitabı satın alma noktasında okurlar üzerinde oldukça etkili olduğu görülmektedir.
- Kapak tasarımını önemli bulan okur oranı yaklaşık olarak %75 iken tasarımın kitap satışlarını arttıracığına inananların oranı %85 civarındadır.
- Kapak tasarımları söz konusu olduğunda, okurun satın alma kararı vermesinde en önemli kriterin renk olduğu; onu tipografi başta olmak üzere, tasarımda kullanılan şekil, resim, fotoğraf, illüstrasyon, çizim gibi diğer grafik tasarım unsurlarının takip ettiği saptanmıştır. Okurlar, renkler arasından en çok turuncu rengi, boyut tercihinde cep boy yerine genel boyu

ve grafik tasarım faktörü olarak da görsel uyarıcıdansa sözsel uyarıcı seçeneğini tercih etmektedir.

- Okurların kitap seçimlerindeki en önemli faktör kitabın konusu (%32,4), sonra kitabın yazarı (%22,3), kitabın tavsiye edilmiş olması (%20,9), kitabın ismi (%8,9), kitabın kapağı (%7,8), kitabın fiyatı (%7,2) ve diğer unsurlar (%0,5) şeklinde belirlenmiştir.
- Genel olarak Y ve Z Kuşaklarına mensup öğrencilerin yaş farklarının, onların kitap kapak tasarımlarına ve biçimsel özelliklere bakış açılarını etkilemediği; dolayısıyla da iki kuşak arasındaki yaş farkının, öğrencilerin kitap satın alma tercihleri üzerinde de herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.
- Katılımcıların sahip oldukları aylık ortalama gelirleri, kitap satın almaya ayırdıkları bütçe tutarı ve günlük kitap okuma süreleri, kapak tasarımlarını değerlendirme sistemleri üzerinde etkili değildir.
- Kitap satın alma tercihlerinde kitapların kapak tasarımlarından etkilenme oranı %36 olarak saptanırken; kitabın boyut, biçim, kâğıt türü, sayfa yapısı vb. gibi biçimsel özelliklerinden etkilenme oranı %14 olarak saptanmış; sonuç olarak her iki analiz birlikte değerlendirilerek kapak tasarımı ve biçimsel özellik faktörlerinin katılımcıların kitap satın alma tercihlerini toplamda %50 oranında etkilediği ifade edilmiştir.
- Demografik faktörlere göre bir değişiklik göstermese de kitabın kapak tasarımı ve biçimsel özellikleri ile okuyucuların kitap satın alma tercihleri arasında, kitap pazarlamacılarının ve yayınevlerinin dikkate alması gereken, pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür.

Can Yayınları'nın sahibi Can Öz, bu tespiti doğrulayan demeçler vermiştir. Öz, 2014 yılında klasik beyaz kapak tasarımlarını değiştirerek yeni nesil kapak tasarımlarına geçtikten sonra, iki yıl içinde yayınevinin yaklaşık olarak yüzde 110 büyüme gerçekleştirdiğini açıklamıştır. Burada Can Yayınları özelinde, Can Öz ile babası Erdal Öz arasında yaşanan kuşaklararası çatışmanın, kuşaklararası tasarım farkını doğurarak aslında okurların lehine bir sonuç yarattığı görülmektedir. Sonucun olumlu olduğunu, Öz'ün açıkladığı satış rakamlarındaki büyümelerin yanı sıra yayınevinin ve kapak tasarımcıları Utku Lomlu'nun 2014 yılından günümüze kadarki süreçte aldığı birçok ulusal ve uluslararası kitap kapağı ödülünden de anlamaktayız.

Çalışmanın analiz bölümünde; ödül alan bu kitaplardan bazıları da dahil olmak üzere Can Yayınları'ndan çıkan 11 adet kitabın, yeni nesil ve eski veya yeni basım klasik beyaz kapak

versiyonları, karşılaştırmalı olarak bir arada değerlendirilmiştir. 22 adet kitap kapağı gerek biçim içerik uyumu gerek resimsel grafik öğeleri ve gerekse grafik tasarım ilkeleri bağlamında incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda:

- Klasik kapaklarda klasik çerçeve içine genel olarak ünlü sanatçılara ait eserler yerleştirilerek oluşturulan tasarımların tek düze olduğu; buna karşın yeni nesil kapaklarda birçok grafik tasarım ögesinin çok çeşitli tasarım teknikleri kullanılarak bir arada kullanılmasıyla her kapakta özgün tasarım gerçekleştirildiği görülmektedir.
- Simetrik kompozisyonla sabitlenen klasik beyaz kapak şablonuna karşın yeni nesil kapak tasarımlarında, tasarımın gereklerine göre özgürce hareket edilerek yerine göre simetrik yerine göre asimetrik kompozisyonlar oluşturulduğu görülmektedir.
- Can Yayınları klasik beyaz kapaklarının basıldıkları dönemdeki birçok yayınevi gibi hiyerarşik düzene sahip tipografik şablonu olduğu; buna karşın yeni nesil kapak tasarımlarında, tipografinin tasarımcının oyun sahnesinde birçok farklı role bürünerek hiyerarşiyi de oyuna dahil ettiği ve böylece okurlar için heyecan yaratan ürünler ortaya çıkmasını sağladığı görülmektedir.
- Klasik beyaz kapaklarda, yayınevlerinin kendi kurumsal kimliklerini öne çıkarmayı tercih etmesine karşın; yeni nesil kapakların, okurun her kitap aynıymış hissine kapılmasını engelleyen özgün varlıkları ile öne çıktıkları görülmektedir.
- Çerçeve şablonu içine yazar fotoğrafının yerleştirilerek kitabın adına veya içeriğine dair hiçbir ize rastlanmayan, eseri ikinci planda tutan klasik beyaz kapak tasarımlarına karşın; yeni nesil kapakların, kitabın hikâyesini ve yazarın kimliğini üzerinde birlikte taşıyan başarılı tasarımlara ev sahipliği yaptığı görülmektedir.
- Biçim içerik uyumu dikkate alınarak kurgulanan klasik beyaz kapaklarda kullanılan öğeler, çoğunlukla okurun ancak kitabı okuduğunda anlayacağı bir yeterlilik düzeyinde kalırken; yeni nesil kapaklarda tasarımcının detaylar ve doğru bağlantılarla adeta kitabın içeriğini biçime aktardığı görsel bir şölen yer almaktadır.
- Klasik tabloların tasarımında kullanıldığı klasik beyaz kapaklarda tablo, çerçeve içinde tek başına izlenen bir unsurken; yeni nesil kapaklarda tablo, tipografik ve çizgisel öğelerle birlikte harmanlanarak yazı ve görüntünün başarıyla bütünleşmesini sağlamaktadır.
- Tipografinin ve görsel öğelerin ızgara sistemi ve klasik şablonla hiyerarşik düzen bozulmadan kurgulandığı klasik beyaz kapak tasarımlarına karşın; yeni nesil kapak tasarımlarında tasarımcı, özellikle tipografik unsurlarla görsel unsurları bir arada

kullanmış; bu bilinçli tercihi ile gerektiğinde fotoğraf üzerine çizim eklemiş, kullandığı kolaj tekniğiyle kapakta denge kurmuştur.

- Kitabın türü, öykünün ana fikri ya da okura içine girdiği dünyaya dair ufak da olsa bir ipucu sunamayan klasik kapaklara karşın; yaratıcı ve çarpıcı yeni nesil kapak tasarımlarında tasarımcının kitaba imgesel bir katkıda ve zekice yorumda bulunduğu görülmektedir.
- Zemin rengini beyazda sabitleyen, çerçevesine yerleştirdiği görsellerde de renk paletinin oldukça sınırlı tutulduğu görülen klasik kapaklara karşın; yeni nesil kapaklarda sembol, simge, hedef kitleye uygunluk, cezbedicilik, dikkat çekicilik gibi unsurlar göz önünde bulundurularak çok çeşitli renk yelpazesi kullanılmıştır.
- Duyusal zenginliğin hissedilemediği klasik beyaz kapak tasarımlarına karşın; kapağa derinlik veren leke çalışmaları gibi şekil-zemin ilişkisini doğru oturtmayı sağlayan çalışmalarla yeni nesil kapak tasarımlarında fon sıradan bir alan veya boşluk olarak değil anlamlı bir yapı halinde yer almaktadır.
- Hedef kitlesi çocuklar olan kitap kapakları dikkate alındığında; klasik kapak şablonunun çocuklar için sıkıcı, katı, sert hatlara sahip, ilgi çekicilikten uzak bir duruşu olduğu, mutluluk, sevinç, neşe, ümit gibi rahatlatıcı ifadeleri yansıtmadığı tasarımlara karşın; yeni nesil kapak tasarımlarında tasarımcının çocukların ilgisini çekecek, içerikle uyumlu vurucu unsurlar seçtiği görülmektedir.

Can Yayınları'ndan çıkan 22 kitap kapağı üzerinde yapılan analizlerde; renk, tipografi, illüstrasyon, sanat eserleri, portre, fotoğraf, klasik tarz, minimal tasarım, kolaj ve soyutlamalar gibi farklı üslaplardan beslenen tüm biçimsel özellikler ve biçim içerik uyumu, boşluk, denge, hiyerarşi, kompozisyon bütünlüğü, hedef kitleye uygunluk gibi diğer tüm tasarımsal özelliklerin kapak tasarımındaki önemi ortaya konmaktadır. Yapılan analizler ve çalışmada yer alan veriler incelendiğinde; kapak tasarımlarının okurlar üzerinde etkisi olduğu, tasarımların okurda olumlu izlenimler yaratması halinde, okurun satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği ve kitap satışlarını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen sonuçların; özellikle kitap pazarlamacıları, yayınevleri ve kapak tasarımcılarına, kuşakların kendilerine has özelliklerini ve kapak tasarımlarından beklentilerini doğru gözlemleyerek, kuşaklararası değişkenlik gösteren satın alma eğilimlerini belirleyen tüketim faktörlerini dikkate almaları gerektiğini ve ancak bu yolla tasarlanacak kapaklarla hedef kitleye doğru şekilde ulaşarak kitap satış grafiklerinde pozitif gelişmeler yaşanabileceğini göstermesi hedeflenmektedir.

KAYNAKLAR

- Ajandakolik. (2021). *Utku Lomlu'nun Klasik Kadınlar Serisine Edwards Gold ödülü*. <https://www.ajandakolik.com/utku-lomlunun-klasik-kadinlar-serisine-edwards-gold-odulu/> sayfasından erişilmiştir.
- Aka, B. (2017). *Bebek patlaması, X ve Y kuşağı yöneticilerin örgütsel bağlılık düzeylerinin kamu ve özel sektör farklılıklarına göre incelenmesi*. Doktora tezi. <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Akbulut, Y. (2018). Veri Çözümleme Teknikleri. A. Şimşek (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri içinde*. (s. 162-195). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Akengin, G., & Şohoğlu, B. (2021). Grafik tasarımcı ve yazar ilişkisi bağlamında nesne kitap. *ulakbilge*, 57, 261–271.
- Akengin, G., Ersan M., Çiçekli K., & Tuğrul D. (2018). Farklı hedef kitlelere göre tasarlanan su şişesi ambalajlarının grafik tasarım açısından incelenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 57, 74-83.
- Akgül, R. F. (2018). Grafik tasarım yöntemlerinin ikna psikolojisi açısından değerlendirilmesi. *Turkish Studies*, 13 (26), 55- 73.
- Akgün, H. (2013). *2000'li yıllarda hareketli grafik tasarım*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Alaca, M. (2023). *Asya'dan 6 ve Avrupa'dan 4 ülke dünyada en çok kitap okunanlar arasında ilk 10'da*. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/asyadan-6-ve-avrupadan-4-ulke-dunyada-en-cok-kitap-okunanlar-arasinda-ilk-10da/2878584> sayfasından erişilmiştir.
- Alan, Y. (2020). Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin kitap okuma profilleri. *Söylem Filoloji Dergisi*, 5 (1), 278-303.
- Altın, S. (2021). *Kuşaklara göre hizmet beklentilerinin farklılaşması: Konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma*. Doktora tezi. <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.

- Altındağ, E. (2022). Eğitimci yönleriyle Bedri Rahmi Eyüboğlu ve Paul Klee: Yaratıcılık ve sanat eğitimi üzerine görüşlerinin karşılaştırılarak incelenmesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 30, 173- 185.
- Altıntaş, Y. (2020). Ben Yurdaer Altıntaş. *Yazılar: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu*. 208.
- Arlı, L. (2019). *Bir tasarımcı olarak Erkal Yavi*. Yüksek Lisans Tezi, Altınbaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arman, A. (2016). *Can Yayınları'nın Can'ı*. <https://www.armanayse.com/can-yayinlarinin-cani/sayfasindan-erisilmistir>.
- Arslan, S. (2016). *Grafik tasarım öğretiminde göstergebilimsel çözümlemenin kullanılması: Kitap kapağı üzerine örnek çözümlemeler*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Arsıntaş, K. (2021). *Kitap kapağı tasarımının tüketici satın alma niyetine olan etkisi: Konjoint analizi uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane.
- Asan, T. (2021). Kitap kapağının iki yüzü. *Akdeniz Sanat*, 15(28), 227-254.
- Ashier, M. (1975). Güzel kitap sergisinin getirdikleri: çağdaş ve özgün kitap kapakları. *Milliyet Sanat Dergisi*, 123.
- Ateş, Ş. (2000). Bir siyasal iletişim tarzı olan propagandanın tanınması ve propaganda metinlerinin çözümlenmesi. *Bilişim*, 13, 117-131.
- Atılğan, A. (2021). Çocuk edebiyatı yapıtlarının çocuğun sanat eğitimi sürecine katkıları bağlamında bir inceleme (Leo Lionni örneği). *Çocuk, Edebiyat ve Dil Eğitimi Dergisi*, 4 (1), 80- 111.
- Avşar Karabaş, P. (2019). Umberto Boccioni'nin eserlerinde hareket ve hız kavramları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (66), 466-474.
- Aydın O'dwyer, P. (2023). *Eser seçimi sorunu üzerine ütopyik düşünceler*. <https://www.sanattanyansimlar.com/yazarlar/pinar-aydin-o-dwyer/eser-secimi-sorunu-uzerine-utopik-dusunceler/3042/> sayfasından erişilmiştir.
- Aydın, N. (2020). *Z kuşağı ve din*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Ayteş, E. (2014). *Kavram ve eylem boyutuyla performans sanatı*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Bağcıvan, H.A. (2019). Türk grafik tasarımının simge ismi: Sait Maden. *İdil*, 8 (55), 313-319.
- Balaban Salı, J. (2018). Verilerin toplanması. A. Şimşek (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* içinde. (s. 134-161). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Balaban, Y. (Ed.). (2019). *Grafik tasarım*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Barthes, R. (2023). *Göstergebilimsel Serüven*. (M.ve S. Rifat, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi.
- Baudrillard, J. (2021). *Sessiz Yığınların Gölgesinde: Toplumsalın Sonu*. (O. Adanır, Çev.). Ankara: Doğu Batı.
- Bayram, Y., & Ceylan, H. (2022). Sosyolojik boyutları ve farklılaşan yönleriyle kuşaklar. H. Ceylan (Ed.), *Kuşaklar arası ilişkiler* içinde (s. 1-39). Ankara: Nobel.
- Becer, E. (2005). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Berger, J. (2020). *Görme Biçimleri*. (Y. Salman, Çev.). İstanbul: Metis.
- Bierut, M. (2005). *The unbearable lightness of Fred Marcellino*. <https://designobserver.com/the-unbearable-lightness-of-fred-marcellino/> sayfasından erişilmiştir.
- Binay, M.E. (2020). *Kuşaklararası farklılıkların çalışma değerleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Birinci, E. (2022). Kuşaklar arası kültürel aktarım. H. Ceylan (Ed.), *Kuşaklar arası ilişkiler* içinde (s. 81-88). Ankara: Nobel.
- Bleck, C. (2009). Milton Glaser'la bir sohbet (I). *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*. 87.
- Bozkurt, C.O., & Çubukçu, G. (2018, Kasım). *Geçmişten günümüze ve geleceğe yönelik baskı teknolojilerinin grafik tasarıma olan etkileri*. 6. Uluslararası matbaa teknolojileri Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, İstanbul.
- Börekçi, G. (2015, Aralık 19). Anna Karenina'nın bıyıkları. *Habertürk*. <https://www.metiskitap.com/catalog/text/98683> sayfasından erişilmiştir.
- Bulat Demir, S. (2023). Dijitalleşmeyle birlikte Türkiye'de kitap yayıncılığının dönüşümüne sektörel yaklaşımlar. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 9 (2), 263- 290.

- Burgaz, E. (2018). *Çağdaş fotoğraf sanatçılarının imzasını taşıyan dünya klasikleri kapakları*. <https://bigumigu.com/haber/cagdas-fotograf-sanatcilarin-imzasini-tasiyan-dunya-klasikleri-kapaklari-cerceveletilecek-kitaplar/> sayfasından erişilmiştir.
- Canatan, A. (2022). Kuşaklar sosyolojisi bağlamında kuşaklar arası ilişkiler. H. Ceylan (Ed.), *Kuşaklar arası ilişkiler* içinde (s. 41-50). Ankara: Nobel.
- Canbay, B. (2015). Edebiyatta pazarlama ve kişisel markalaşma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 40, 190-209.
- Cebriloğlu, O. (2016). 21. yüzyılda sanatçının kalıcı olma düşüncesine karşı ortaya koyduğu tavır. *idil*, 2016, 5 (21), 373-388.
- Ceylan, H. (Ed.). (2022). *Kuşaklar arası ilişkiler*. Ankara: Nobel.
- Corbett, R. (2023). *Hayatını Değiştirmelisin- Rainer Maria Rilke ve Auguste Rodin'in Hikayesi*. (K. Dalyan, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi.
- Çakıcı, S. (2021). *Utku Lomlu ile kitap kapağı tasarlamak üzerine*. <https://saatolog.com.tr/utku-lomluyla-kitap-kapagi-tasarlamak-uzerine.html> sayfasından erişilmiştir.
- Çeken, B. ve Ersan, M. (2019). Çocuklara yönelik grafik kullanıcı arayüzü tasarımının, kullanılabilirlik ve eğlence bakımından önemi. *Sanat & Tasarım Dergisi*, 10 (2), 216-223.
- Çetin, C. (t.y.). *Grafik tasarımın tarihi*. <https://zezeatolye.com/grafik-tasarimin-tarihi/> sayfasından erişilmiştir.
- Çite, P. (2018). *Can Yayınları beyaz kapaklı kitaplara geri döndü*. <https://724kultursanat.com/can-yayinlari-beyaz-kapakli-kitaplara-geri-dondu/> sayfasından erişilmiştir.
- Çomak, N. (2015). *Temel tasarım eğitimi bağlamında Paul Klee'nin ders notlarının çözümlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Çoruh, L., & Hidayetoğlu, B. A. (2016). Dijital çağda kitabın dönüşümü. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 6 (2), 180- 194.
- Davud, S. (2018). *Nazilerden kaçan Alman Yahudi tasarımcı Berthold Wolpe'nin hayatına derinlemesine bir bakış*. <https://www.designweek.co.uk/issues/19-25-march-2018/delving-life-berthold-wolpe-german-jewish-designer-fled-nazis/> sayfasından erişilmiştir.

- Delil, S. (2020). Elektronik yayıncılıkta platformlar: Kullanıcı alışkanlıkları ve dijital yayıncılığın sürdürülebilirliği. *ulakbilge*, 49, 689- 697.
- Demir, H. (2019). Türkiye’de illüstrasyon tasarımını dönem farkı ve teknolojik gelişmelerin etkileri üzerinden incelemek. *Ulakbilge*, 36, 389-397.
- Demirel, M. R. (2023). Öncü kadın tasarımcılardan Elaine Lustig Cohen’in hayatı ve 1974-90 yılları arasında tasarladığı ekslibrislerin görsel tasarım prensipleri bağlamında incelenmesi. *MUJAD*, 14 (1), 93-102.
- Demirkıran, Y. (2022). *Yapısöküm kuramı bağlamında yazar olarak grafik tasarımcı kimliği ve kitap tasarımına yansımaları*. Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Demirkıran, Y., & Güven, Y. (2023). 20. yüzyıl görsel iletişim tasarımında bir tasarım elemanı olarak beyaz alanın okunaklılıktan okunabilirliğe serüveni. *Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi*, 5 (1), 340-359.
- Dikmen, B. (2023). Türkiye Cumhuriyeti’nin öncü grafik tasarımcılarından İhap Hulusi Görey. *Yeni Yüzyıl’da İletişim Çalışmaları Dergisi*, 8, 135- 151.
- Durmaz, Ö. (2011). *İstanbul’un 100 grafik tasarımcısı ve illüstratörü*. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür.
- Durmaz, Ö. (2012). Grafik tasarım tarihi ile ilgili kişisel koleksiyonların sanal ortamda kamusallaşması. *Türkiye Tasarım Tarihi Topluluğu toplantıları bildirileri*, 80-90.
- Durmaz, Ö. (2013, Ağustos). Grafik tasarım tarihine kısa bir yolculuk: 1920–1970. *Tasarım Gazetesi*, s.19.
- Durmaz, Ö. (2016, Kasım). *Sabiha Bozcalı ve Türkiye grafik tasarım tarihi*. DEKAUM I. Kadın Araştırmaları Sempozyumu’nda sunulmuş bildiri, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Dursun, İ., & Tümer Kabadayı, E. (2012). Tüketicilerin ikna çabalarına karşı gösterdikleri direnç: Tutum gücü, tutum yönü ve mesaj gücünün etkileri üzerine deneysel bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16), 75- 97.
- Dünyada grafik tasarıma yön veren devrimsel tasarımcılar (2022). <https://www.ajansisleri.com/dunyada-grafik-tasarima-yon-veren-devrimsel-tasarimcilar/> sayfasından erişilmiştir.
- Düz, N. (2001). *Kitap kapağında grafik tasarım öğelerine ve ilkelerine kuramsal bir yaklaşım*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

- Eco, U. (2017). *Yanlış Okumalar*. (M.H. Doğan, Çev.). İstanbul: Can.
- Edgar Degas, New Orleans Pamuk Borsası (2025). <https://www.arthipo.com/tr-tr/edgar-degas-new-orleans-pamuk-borsasi.html> sayfasından erişilmiştir.
- Eker, C., & Kızgındemir, C. (2022). Grafik tasarım alanındaki etkileri bağlamında 21. yüzyılda yeni bir tasarım üslubu olarak maksimalizm. *Sanat&Tasarım Dergisi*, 12 (1), 117-136.
- Ercan, S. (2021). *Dijitalizm*. İstanbul: Motto Yayınları.
- Erden Ayhün, S. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 93-112.
- Erden, S. (2023). Sait Maden'in kitap kapaklarına tipografik yaklaşımları ve Aziz Nesin kitap kapağı tasarımlarının incelenmesi. *Aydın Sanat*, 18, 161- 172.
- Erdoğan Aydın, D. (2015). *Kitap ve e-kitap tasarımının tarihsel gelişimi ve grafik tasarım ilkeleri üzerinden incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Erken, M. (2016). *Türkiye'de yayıncılık alanının dönüşümü (1980-2015)*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ersan, M. (2021). Kavramsal tipografinin bir türü olarak tipogram ve Herb Lubalin. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*. 10 (29), 543- 559.
- Ersan, M., & Öztok, H. B. (2024). Kitap kapağı tasarımlarında biçim ve içerik uyumunun göstergebilimsel yöntem ile incelenmesi; Kırmızı Pazartesi örneği. *Uluslararası İnsan ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 9 (1), 33-51.
- Fineartamerica. (2015). *Daniel Brunner Sanatı*. <https://fineartamerica.com/featured/caffieine-daniel-brunner.html> sayfasından erişilmiştir.
- Gedik, N. (2022). *Kitap kapağı tasarımının ilkeleri bağlamında dünya klasikleri*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Gençer, R., & Altun, A. (2022). Kuşak çalışmalarının kronolojik yörüngesi. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6 (3), 336-364.
- Göksel, A. (2022). Bireylerin okuma tercihleri ve okuma araştırmalarında eğilimler. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12 (3), 1897- 1911.

- Gözay, S. (2016). *Çok satanların anatomisi 2: Can Yayınları*. <https://www.artfulliving.com.tr/edebiyat/cok-satanlarin-anatomisi-2-can-yayinlari-i-5096> sayfasından erişilmiştir.
- Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (2016). *Amerikan grafik tasarımında bir ekol: Alvin Lustig & Elaine Lustig Cohen*. <https://gmk.org.tr/news/dunyadan/lustig-arsivinden-amerikan-grafik-tasarimina-bakis> sayfasından erişilmiştir.
- Guillermou, T. (2017). A short history of book cover design. *Grapheine*, <https://bit.ly/3jiUzeT> sayfasından erişilmiştir.
- Gültekin, M. (2023). *Algı yönetimi ve manipülasyon*. İstanbul: Pınar.
- Gündüz, E. (2019). *GMK*. <https://gmk.org.tr/seckiler/roportaj/gmk-roportajlar-3-davut-yucel> sayfasından erişilmiştir.
- Güneş, D. (2022). *Kitap kapağı tasarımlarında harfleme uygulamalarının okunurluk açısından incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Güven, Y., & Çulha, D. (2021, Ocak). *Alan Fletcher'in grafik tasarım anlayışı ve bir grafik tasarım grubu olarak Pentagram*. Gazi Üniversitesi 1.Uluslararası Sanat Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Güzel, M. (2021). *Medyadaki teknolojik gelişmelerin Z ve Alfa kuşakları üzerindeki yansımalarının aile içi ilişkiler bağlamında analizi*. (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Hartnes, J.P. (2021). Programlanmış tasarımcı. *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*. 229.
- Hastaoğlu, F., & Çelik, P. (2023). Düzenli kitap okuma aktivitesinin yaşlıların mental sağlığı üzerine etkisi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi (YSAD) / Elderly Issues Research Journal (EIRJ)*, 16 (1), 9- 15.
- Hatiboğlu, C. (2012). *Can Yayınları'nın dünü, bugünü*. <https://www.edebiyathaber.net/can-yayinlarinin-dunu-bugunu/> sayfasından erişilmiştir.
- Hazırlar, N. (2024). *İtalyan edebiyatı ve Giuseppe Tomasi Di Lampedusa'nın Leopar kitabı üzerine bir inceleme*. <https://www.edebiyathaber.net/italyan-edebiyati-ve-giuseppe-tomasi-di-lampedusanin-leopar-kitabi-uzerine-inceleme-neslihan-hazirlar/> sayfasından erişilmiştir.

- Helfand, J. ve Drenttel, W. (2002). Paul Rand: Modern Tasarımcı. *Dedi ki*, 06.
- Heller, S. (1991) Ladislav Sutnar. *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*. 45.
- Heller, S. (2003). *Fred Marcellino: Master of sky*. <https://www.tfaoi.org/aa/3aa/3aa485.htm> sayfasından erişilmiştir.
- Hepsiburada, 2024 yılında en çok satan kitaplarını açıkladı (2024). <https://kurumsal.hepsiburada.com/tr/basin-odasi> sayfasından erişilmiştir.
- İslamoğlu, A.H., & Altunışık, R. (2017). *Tüketici davranışları*. İstanbul: Beta.
- Kakı, B. (2019). *Distopik dünyanın içinden başka bir "1984" tasarımı*. <https://www.artfulliving.com.tr/edebiyat/distopik-dunyanin-icinden-baska-bir-1984-tasarimi-i-17592> sayfasından erişilmiştir.
- Karabulut, A. (2023). George Orwell'in bin dokuz yüz seksen dört eserinde ulusal ve uluslararası güvenlik yaklaşımı üzerine inceleme. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (3), 1369-1381.
- Kavuran, T. (2016). İletişim aracı olan kitapların grafik ürün olarak tasarlanması ve şiir kitaplarında tasarımın önemi. *Sanat & Tasarım Dergisi*, 6 (2), 1-22.
- Kaya, S. E. (2023). Grafik tasarımında post modernizmden modernizme eklektik tavır: Paula Scher ve retro stil. D. Arslan (Ed.) ve S. E. Kaya (Yrd. Ed.), *Grafik tasarım üzerine güncel okumalar* içinde. (s.45-68). Gaziantep: Özgür.
- Kazma, P. (2015). *Grafik tasarımcılar, yazarlar ve yayınevleri ekseninde Türkiye'de kitap kapağı tasarımları*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Keskin, S., & Baş, M. (2015). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (3), 51- 69.
- Ketenci, H. F. & Bilgili, C. (2006). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı*. İstanbul: Beta.
- Kılıç N.P., & Yıldırım Becerikli, S. (2023). *Kuşaklararası iletişim*. Ankara: Ütopya.
- Kocaman, İ. (2022). *Okuryazarlık rafa mı kaldırıldı?: Ülkelerin kitap okuma karnesi*. <https://turkiyeraporu.com/arastirma/okuryazarlik-rafa-mi-kaldirildi-ulkelerin-kitap-okuma-karnesi-10503/#> sayfasından erişilmiştir.

- Koç, G., & Yalur, R. (2022). Kitap kapak tasarımı tarihine tipografik bakış. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 9(88), 1951-1960.
- Koçer, S., & Aysel, A. (2019). Kuşakların tüketim davranışlarındaki farklılıklar üzerine bir inceleme. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 14, 77-105.
- Kuran, E. (2022). *Telgraftan Tablete Türkiye'nin Beş Kuşağına Bakış*. İstanbul: Mundi.
- Kurulgan, M., & Argan, M. (2006). Yeni kitap seçiminde etkili olan biçimsel faktörlerin okuyucu perspektifinden değerlendirilmesi. *Bilgi Dünyası*, 7(2), 230- 249.
- L'art du collage par Shepard Fairey (2020). https://magazine.plazzart.com/fr_BE/objet-de-la-semaine-1/l-art-du-collage-par-shepard-fairey-692 sayfasından erişilmiştir.
- Leo Lionni (2010). <https://delineationofdesign.wordpress.com/2010/12/02/leo-lionni/> sayfasından erişilmiştir.
- Lom Creative. (2025). <https://lom.com.tr/en/> sayfasından erişilmiştir.
- Millî Eğitim Bakanlığı. (2012). Grafik ve fotoğraf. *Avrupa grafik sanatı tarihi* içinde. Ankara: MEB.
- Mucuk, İ. (2007). *Pazarlama ilkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Odabaş, H. (2017). Kitap okumadan dijital okumaya: Okuma kültüründe ve davranışında gözlemlenen değişimler. H. Odabaş ve M.A. Akkaya (Ed.), *Bilişim Teknolojilerinin Bilgi Merkezlerine ve Hizmetlerine Etkileri* içinde. (s.272- 292). İstanbul: Hiperyayın.
- Oduncu, S. (2021). Tasarım aktivizmi bağlamında konu odaklı tasarımcılığın dijital platformlarının incelenmesi. *yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 26, 91-107.
- Oğlak, S. (2022). Kuşaklar arası dayanışmada yenilikçi bir uygulama: Kuşaklar arası yaşam modeli. H. Ceylan (Ed.), *Kuşaklar arası ilişkiler* içinde (s.111- 126). Ankara: Nobel.
- Oktik, N., & Tuncer, M.C. (2021). Kuşaklararası tüketim ilişkilerine sosyoekonomik bir bakış. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 17 (37), 4352- 4375.
- Oral, S. (2018). *Tasarımcının işi problem çözmektir*. <https://t24.com.tr/k24/yazi/utkulomlu,608> sayfasından erişilmiştir.
- Orwell, G. (2024). *Burma Günleri*. (D. Canefe, Çev.). İstanbul: Can.

- Öksüz, Ö. (2022). *Dijital çağda kitap okuma kültürünün görselleşmesi ve kitap kapağı tasarımının kitap satın alma davranışına etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Önder, B. A. (2022). *Propaganda- Afiş Sanatının İdeolojik Bir Aygıt Olarak Söyleme Tezahürü*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Özdemir, N. (2019). Kuşaklararasılık ve kültürel değişim. *Çocuk ve Medeniyet*, 1, 125-149.
- Özderin, S. (2019). Kitap kapağı tasarımları ve görsel iletişim. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4, 220-242.
- Özsezgin, K. (2010). *Görsel Sanatçılar Ansiklopedisi*. İstanbul: Doruk.
- Öztop, H. (2022). Yetişkin ebeveynler ve yetişkin çocukların kuşaklar arası ilişkileri. H. Ceylan (Ed.), *Kuşaklar arası ilişkiler içinde* (s.51- 80). Ankara: Nobel.
- Pedersen, M. B. (2002). Massimo Vignelli. *Dedi ki*, 01.
- Pessoa, F. (2017). *Huzursuzluğun Kitabı*. (S. Özen, Çev.). İstanbul: Can.
- Popova, M. (2013). *A kid's guide to graphic design by iconic designer Chip Kidd*. <https://www.themarginalian.org/2013/10/22/chip-kidd-go-book/> sayfasından erişilmiştir.
- Poynor, R. (1991). Alan Fletcher ile bir konuşma. *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*. 41.
- Poynor, R. (2014). Atölye dışında: Grafik tasarım tarihi ve görsel bilimler. *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*. 145.
- Remington, R. R. (2014). Massimo Vignelli. *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*. 143.
- Rüzgar, Z. (2018). *Erdal Öz'ün öykü ve romanlarında yapı ve tema*. Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Sapiro, G. (2019). *Edebiyat Sosyolojisi*. (E. C. Gürcan, Çev.). Ankara: Doğu Batı.
- Sarıkavak, N.K. (2018). Gutenberg tipografisinden çağdaş iletişim tasarımına. *Konya Sanat*, 1 (1), 8- 27.
- Sartre, J.P. (2025). *Duvar*. (E. Canberk, Çev.). İstanbul: Can.
- Satır, M., & Kayserili, M. E. (2013). Paul Klee'nin müziğe dönüşen resimleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 77-88.

- Savaşer, I. (2023). 21. yüzyıl ve çağdaş sanat algısı. *Ek Dergi*. <https://www.ekdergi.com/21-yuzyil-ve-cagdas-sanat-algisi/> sayfasından erişilmiştir.
- Schopenhauer, A. (2021). *Okumak, Yazmak ve Yaşamak Üzerine*. (A. Aydoğan, Çev.). İstanbul: Say.
- Seçkin, C. (2018). *Görsel iletişim tasarımı tarihi / 8. kısım: Alexey Brodovich, Paul Rand, Bradbury Thompson*. <https://candanseckin.wordpress.com/2018/05/20/go%cc%88rsel-i%cc%87letis%cc%a7im-tasarimi-tarihi-8-kisim-alexey-brodovich-paul-rand-bradbury-thompson/> sayfasından erişilmiştir.
- Sevinçli, B. (2021). Bir mesele olarak kitap kapakları. <https://arsizsanat.com.tr/bir-mesele-olarak-kitap-kapaklari> sayfasından erişilmiştir.
- Sezer, S. (2015). *Grafik tasarımın kitle iletişimindeki rolü*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sezgin, E. (2019). *Müdahalenin kimyası: Savaş Çekiç ile kitap tasarımı ve edebiyat ilişkisi üstüne düşünceler*. <https://gmkg.org.tr/yayinlar/yazilar/subat-2019-sayi-197> sayfasından erişilmiştir.
- Sözen, M., & Tanyeli, U. (2007). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi.
- Şimşek, A. (2018). Araştırma modelleri. A. Şimşek (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* içinde. (s. 80-107). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Tarlakazan, B.E. (2011). *Grafik tasarım eğitiminde yaratıcı tipografi uygulamalarının öğrencilerin ürünlerine ve üst düzey düşünme becerilerine etkisi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Topgöl, T.Ç. (2015). *Y nesli üzerine sosyolojik bir analiz*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tozduman Yaralı, K. (2020). Çocuklarla felsefe çalışmalarında çocuk edebiyatının kullanılması: Leo Lionni'nin kitapları. *Uluslararası Çocuk Edebiyatı ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 67-83.
- Tönel, A. (2010). *Tasarımın aykırı ismi Jonathan Barnbrook: Tasarımcının sosyal vicdanı olması gerekir*. <https://mimnap.org/haberler/tasarymyn-aykyry-ismi-jonathan-barnbrook-tasarymynyn-sosyal-vicdany-olmasy-gerekir/> sayfasından erişilmiştir.

- Tuna, Ö. (2023). *Can Öz*. <https://www.ozlemtuna-shop.com/blog/icerik/onecupofcoffee-can-oz?srsId=AfmBOooRzfFFiCoiFb5z-KWXsMOkMDFal8FjXRhulu6rAJEtrHpjZBwr> sayfasından erişilmiştir.
- Türk Dil Kurumu (2025). Türkçe sözlük. <https://sozluk.gov.tr/> sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2023). *Yaşam Kalitesi Modülü, 2022*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yasam-Kalitesi-Modulu-2022-49760> sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Yayıncılar Birliği (2024). *2023 Yılı Kitap Pazarı Raporu*. <https://turkyaybir.org.tr/2023-yili-turkiye-kitap-pazari-raporu/> sayfasından erişilmiştir.
- Twenge, J.M. (2018). *İ Nesli*. (O. Gündüz, Çev.). İstanbul: Kaknüs.
- Twenge, J.M., Campbell, S.M., Hoffman, B.J., & Lance, C. (2010). Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing. *Journal of Management*, 36(5), 1117-1142.
- Uzun, E., & Akalan, G. (2023). Mustafa Aslıer'in Baskı Resimlerinde Kırsaldan Kente Göç Sürecinde Kadın İmgesi. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 159-180.
- Ünal, E. (2017). *Türk Grafik Tasarımında Mesut Manioğlu*. Yüksel Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ünsür, D. N. (2020). Lost in translation: The misinterpretation of Turkish book covers. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 26(45), 594-607.
- Vassaf, G. (2018). *Cehenneme Övgü*. (Z. Gencosman ve Ö. Madra, Çev.). İstanbul: İletişim.
- XXI. (2017). *Görünürlük kazanan içerikler*. <https://xxi.com.tr/gorus/soylesi/gorunurluk-kazanan-icerikler> sayfasından erişilmiştir.
- Yakar, G. (2017). Portre Ressamlığından Gazete İllüstratörlüğüne Uzanan Kariyerinde Sabiha Bozcalı. *SDÜ ART-E*, 10 (20), 335-353.
- Yavuz, E. (2018, Kasım). *Grafik tasarım eğitimi alan öğrencilerin önemli grafik tasarımcıları ve çalışmalarını tanıma düzeyi*. 6. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, İstanbul Üniversitesi- Cerrahpaşa, İstanbul.

- Yayan, G.H., & Canbolat, C. (2018). Tiyatro afişlerinde öncü bir sanatçımız Yurdaer Altıntaş. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 24, 253-269.
- Yemez, İ., Bardakçı, S., & Karagöz, Y. (2021). Kapak tasarımı ve biçimsel özelliklerin kitap satın alma tercihi üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 63- 77.
- Yeraltı, G. (2007). Türk Grafik Tasarımı Kapsamında Afiş Tasarımının Gelişimi. *Sosyal Bilimler*, 5(1), 37-51.
- Yıldırım Becerikli, S. (2013). Kuşaklararası iletişim farklılığı: bilim teknoloji ve yenilik haberleri üzerinden bir odak grup çalışması. *Selçuk İletişim*, 8 (1), 5-18.
- Yıldırım, S. (2015). *Erdal Öz'ün hayatı ve eserleri*. Yüksek Lisans Tezi, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yıldız, E. (2006). *Kitap kimlikleri: Kitap kapakları*. <https://www.yenisafak.com/hayat/kitap-kimlikleri-kitap-kapaklari-9414> sayfasından erişilmiştir.
- Yücel, H., & Lüküslü, D. (2013). 2000'li yılları gençlik üzerinden okumak. D. Lüküslü ve H. Yücel (Ed.), *Gençlik halleri, 2000'li yıllar Türkiye'sinde genç olmak* içerisinde (9-24). Ankara: Efil.
- Yüksel, O. (2011). *Edgar Degas'nın A Cotton Office in New Orleans resmi*. <https://bayaiyi.com/edgar-degasnin-a-cotton-office-in-new-orleans-resmi/> sayfasından erişilmiştir.
- Zevelakis, S. (2012). *Beautiful covers: An interview with Chip Kidd*. <https://www.smashingmagazine.com/2012/02/beautiful-covers-interview-chip-kidd/> sayfasından erişilmiştir.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..