

Kitabın Uluslararası Yüzü: Yabancı Edisyonların Kapak Tasarımı

Dilek Nur Polat ■ Eğer kitabı bir beden olarak düşünürsek, kapağın da o bedenin yüzü olduğunu söyleyebiliriz diyor ünlü kitap kapağı tasarımcısı Chip Kidd¹. Bu durumda herkesin genelde ilk olarak yüze bakacağını ve bedenin geri kalanını da bu algıyla yargılayacağını söyleyebiliriz. Tam da bu nedenden dolayı kapak tasarımı, tasarım dünyasında en çok konuşulan ve tartışılan konulardan biri. Bu yazının da konusu olan yabancı edisyonlarda kapak tasarımı ise, dünyada henüz az çok tartışılırken, ülkemizde kendine henüz yeni yeni yer bulmakta.

Bu konunun, yaratıcı zihinleri meşgul etmesinin başlıca sebebi, neredeyse dünyanın her yerinde aynı albüm kapaklarına ve film afişlerine görsel anlamda maruz bırakırken, kitap kapaklarını, ülkelere göre yeniden tasarlama uygulamasından vazgeçilmemiş olması. Bu yazıda, bu yaygın uygulamanın muhtemel nedenleri kitabevlerinin politikaları ışığında ele alınacak. Fakat öncesinde, kapak tasarımının tarihsel gelişimine, kapağın işlevine ve tasarlama

sürecine kısaca bir göz atmak faydalı olacaktır.

Kapak tasarımının tarihçesi

Sanayi devriminin sonuçları ülkeler üzerinde domino etkisi yaparken, roman/kurgunun yükselişi de, kitap basımında seri üretime geçilmesiyle aynı döneme rastlar. Bu altın dönem, basım maliyetinin düşmesini sağlayarak, orta sınıfın kitap alım gücünün artmasına yol açar. Basım endüstrisindeki bu kayda değer değişim, kapak tasarımının da icat edilmesine sebep olur. Kitap kapağının hikayesi, kitapların dağıtımı sırasında oluşabilecek zedelenmeleri ya da dış etkenlerden kaynaklanan zararları önlemek için kitabın sarılması ve korunması gibi basit bir ihtiyaç ile başlar². Kapağın ortaya çıkışı planlanmış bir yayıncılık stratejisi olmamakla birlikte, okuyucuların o dönemde kitabı satın aldıktan sonra sadece koruma görevini üstlenen dış kapağı atma alışkanlıklarına rağmen, 19. yüzyıldan ilk kapak tasarımı örneklerinin günümüze ulaşmış olması neredeyse şanstır.

Bilinen ilk kitap kapağı, 1832 yılında İngiltere’de bulunan Longman yayınevinde basılan “Keepsake” adlı kitaba aittir. Kapağın ön yüzünde, kitabın adı, kitap hakkında kısa bilgi, yayınevinin adı yer alır; arka yüzünde ise, yayınevinin basmış olduğu diğer kitapların reklamı yapılır³.

Birçok kaynağa göre, kitap kapağı, 19. yüzyıl boyunca yavaş bir gelişim

göstermiştir. Yüzyılın sonlarına doğru, Avrupa’da ortaya çıkan grafik eğilimli sanat akımlarının da etkisiyle yeniden canlanır. Akımlarla birlikte güçlenen illüstrasyon tekniği, gerek kitap içinde gerekse kapak tasarımında sıklıkla kullanılmaya başlanır. Dönemin yayınevleri de, kitap kapağı tasarımı için, dönemin en gözde sanatçıları, hatta karikatür sanatçıları işe alırlar⁴.

Bu yaklaşım, -kitap için hazırlanan illüstrasyonların kapak tasarımında da kullanılması- 1920’lere kadar sürer. Bu dönemden sonra, kitabın bir obje olarak görülmesini sağlayan sanatçılar ve zanaatkarların da katkısıyla, kapak tasarımı dönemin yayıncıları tarafından, satışların artmasına yardımcı olacak bir ambalaj olarak görülmeye başlar ve kitabı korumaktan ziyade, işlevi, bugün bildiğimiz anlamda kitabın yüzü olup, tanıtımını üstlenmeye dönüşür.

Kitap kapağının işlevi

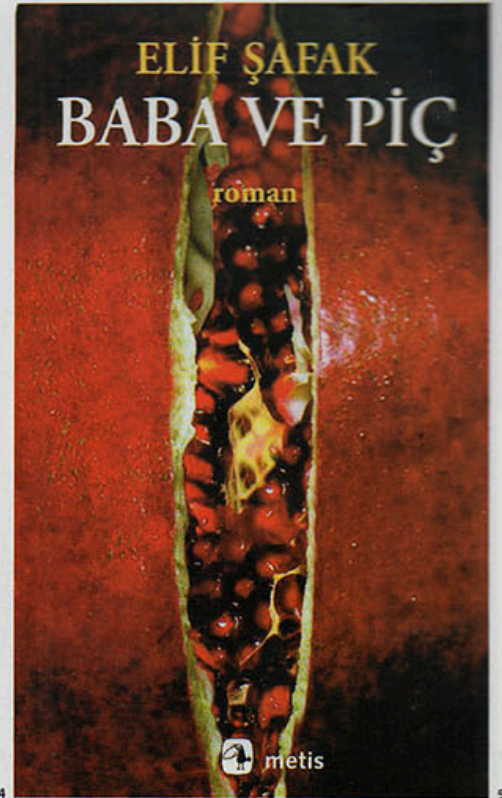
Bir kitabın tanıtım kanallarına ve tanıtım kanallarının yol açtığı masraflara bakıldığında, kitap kapağının, okuyucunun kitabın türünü tanımasına ve içeriğini algılamasına büyük yardımı dokunduğu görülür⁵. Umberto Eco’nun kitap kapaklarını semiyotik açıdan incelemiş olan Marco Sonzogno’ya göre, kapak aynı zamanda bir reklam ve tanıtım afişi işlevi görüp, kitabın tanıtılmasında büyük rol oynar⁶.

Yine Sonzogni'ye göre kitabın 3 temel işlevi vardır; birincisi, hedef kitlenin/okuyucunun çok kısa olan ilgi ve karar anında, ya kitabı satın almasını ya da ilgisini tamamen kaybetmesini sağlayacak olan görsel bilgiyi taşımasıdır. İkincisi, kitabın ismini, yazarın adını göstererek ve kitabı tek bir sayfada görselleştirerek (bir anlamda özetleyerek) okuyucuyu metin hakkında bilgilendirmesidir. Sonuncusu ise, kapağın, okuyucu için, metnin bir hatırlatıcısı olmasıdır⁷. Bunlara ek olarak, kitap kapağının, potansiyel okuyucuları satın alması için ikna etme yönünde gizli bir ajandası olduğunu da söyleyebiliriz. Bu argüman, metin/içerik aynı olsa da, kitaplara yeniden kapak tasarlanmasının sebebinin bir bakıma gözler önüne sermektedir. Kapak tasarımının sadece basit ticari bir amaç taşıdığını da söyleyemeyiz. Sonzogni'nin ifadesi de bunu kanıtlar niteliktedir: Kapak tasarımı aslında bir ilişkiler ağını ortaya koyan karmaşık bir yapıya sahiptir. Bunlar, yazarın amacı, okuyucunun beklentisi, yayıncının izlediği strateji, tasarımcının yaratıcılığı, kültürel göstergeler ve ulusal/uluslararası kitap/yayın pazarlarının trendleri olarak sayılabilir⁸.

Kitap kapağını tasarlama süreci

Yayınevi yazarla, kitabın yayımlanması için kontrat imzaladıktan sonra, kitap kapağının serüveni başlar. Hatta bazı durumlarda, yazar için tanınan teslim süresi dolmadan, -yani kitap tam anlamıyla henüz var olmamışken- yayıncılar yazarın sunduğu sinopsis ile kapak için fikirler yaratırlar ve okuyucunun reaksiyonunu ölçmek için bu tasarımları farklı platformlarda tanıtırlar.

Kitap kapağı için genel süreç şöyle işler: Yayınevinin pazarlama bölümü işe önce hitap edecekleri pazarı bölümlendirmekle (segmentation) başlar. Bu aşama her zaman önce gelir ve geminin denize açılmadan önce rotasını belirlemesine benzer. Bölümlendirme yapmak, pazarı sınırlandırıp uygun hedef kitleye hitap etmek ve tanıtım maliyetlerini azaltmak açısından iyi bir yöntemdir⁹. Yayıncılar genellikle başlıca dört kategori altında pazar bölümlendirmesi yaparlar, bunlar: coğrafi (ülke ve coğrafyaya göre) (1), demografik (yaşa göre) (2), psikografik (ilgi ve beğenilere göre) (3) ve davranışsal (ürün kullanımı ve sıklığına, markaya olan bağlılığa göre) (4)¹⁰.



Il romanzo rivelazione con cui l'autrice si è imposta sul panorama letterario mondiale.

ELIF SHAFAK

La BASTARDA di ISTANBUL



"Un gran libro: eloquente, audace, pieno di intuizioni acute, con una vena satirica, poetica e visionaria."
The Washington Post

best
BUR

BUR
izmir

1 Kitabın adı: El Mundo Amarillo
Yazar: Albert Espinosa
Yayıncı: Penguin Random House Grupo Editorial España, 2010
ISBN: 9788425344466
Kapak tasarımı: Penguin Random House Grupo Editorial
İllüstrasyon: © Izqui

2 Kitabın adı: The Yellow World
Yazar: Albert Espinosa
Yayıncı: Penguin UK, 2012
ISBN: 9780718194826
Kapak tasarımı: Jon Gray

3 Kitabın adı: Lait Noir
Yazar: Elif Shafak
Yayıncı: Phébus, 2009
ISBN: 9782752903785

4 Kitabın adı: Lait Noir
Yazar: Elif Shafak
Yayıncı: 10-18. Domaine étranger, 2010
ISBN: 9782264051820

5 Kitabın adı: Baba ve Piç
Yazar: Elif Şafak
Yayıncı: Metis Yayınları, 2006
ISBN: 9789753425537
Kapak tasarımı: Semih Sökmen, Emine Bora

6 Kitabın adı: La Bastarda di Istanbul
Yazar: Elif Shafak
Yayıncı: Bur, 2007
ISBN: 9788858640463
Kapak görseli: Owen Franken / Corbis
Kapak tasarımı: Linda Holt Ayriş / Getty Images
Sanat Yönetmeni: Francesca Leoneschi / theWorldofDOT

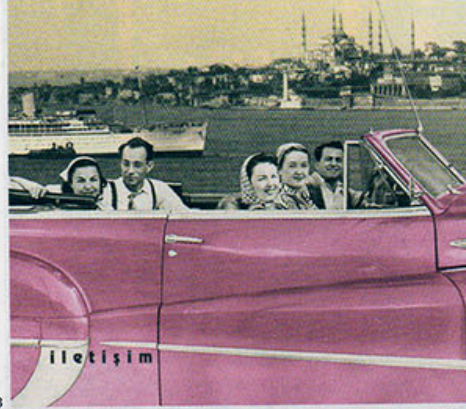


7 Kitabın adı: Az İstambuli Fattyú
Yazar: Elif Şafak
Yayıncı: Európa Publishers, 2009
ISBN: 9789630788373

8 Kitabın adı: Masumiyet Müzesi
Yazar: Orhan Pamuk
Yayıncı: İletişim Yayınları, 2008
ISBN: 9789750506260

9 Kitabın adı: El Museo de la Inocencia
Yazar: Orhan Pamuk
Yayıncı: Penguin Random House
Grupo Editorial España, 2011
ISBN: 9788439725213

ORHAN PAMUK MASUMİYET MÜZESİ



Bu bölümlendirme başka önemli olan bir bölümü, malzeme kalitesine ya da baskı ve ciltleme tekniğine bağlı olarak değişen ücret bölümlendirmesini kapsamaz. Bölümlendirmeden sonra ikinci aşama, hedef kitlenin/okuyucunun özelliklerinin belirlenmesi ve buna bağlı olarak pazarlama stratejilerinin geliştirilmesidir. Bundan sonra iş, tasarım departmanındadır. Tasarımcıların genellikle bütün kitabı okuması mümkün olmadığından kitabın sinopsisinden yola çıkarak kapak için tasarım fikirleri ve alternatifleri oluşturup pazarlama departmanına sunarlar. Karşılıklı fikir alışverişlerinden sonra bir tasarım üzerinde hemfikir olunur. Çok yaygın olmasa da, yazarın, üzerinde karar kılınan tasarım hakkında fikirleri alınır. Tabii ki, bu, daha çok tasarımcının ünü ve tanınırlığıyla alakalıdır. Genelde, yazarlar bu sürece müdahale etmez, sadece bilgilendirilirler. Tasarım aşaması da tamamlandıktan sonra, sırada ürünün, okuyucunun zihninde konumlandırılması işlemi başlar. Yayıncılar bu aşamayı farklı pazarlama kanalları aracılığıyla gerçekleştirirler.

Yabancı edisyonlar için kapak tasarımında sürecin, yerelde kitap kapağı tasarlamadan çok keskin farklılıkları olmadığını söyleyebiliriz. Belki tasarımcının işi, yereldekinden daha zor hale gelebilir. Fakat buna rağmen, bu süreçte alınan tasarım kararlarının, yerelde kapak tasarlama süreci ile benzerlik gösterdiğini ve birçok

Contemporánea

PREMIO NOBEL DE LITERATURA

ORHAN
PAMUKEl museo de
la inocencia

stratejinin/yöntemin bu genel süreç için de uygulanabilir olduğunu söyleyebiliriz.

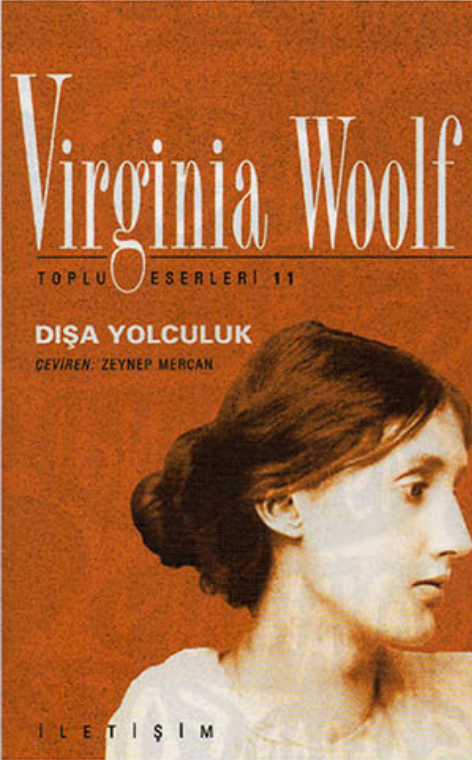
Yabancı edisyonların kapak tasarım süreci

Yabancı edisyonlarda kapak tasarlamının birden fazla yolu var. Bunlardan ilki ve en yaygın olanı, sıfırdan başlayıp tekrar yeni bir kapak tasarlamaktır. Bu yöntem daha çok telif haklarının bir sonucu olarak ortaya çıkar. Eğer yabancı yazarın kitap kontratında orijinal kapak tasarımının kullanımına ilişkin bir ibare yer almıyorsa, yayınevi, telif bedeli ödeyip orijinal tasarımı satın alıp kullanmak yerine, kendi tasarım departmanında yeni bir kapak tasarlatmayı tercih eder. Hatta bazı durumlarda, başka bir ülkede tasarlanan kapak tasarımı, orijinalinden daha popüler hale gelebilir. Katalan yazar Albert Espinosa'nın kitap kapağı bu duruma iyi bir örnektir.

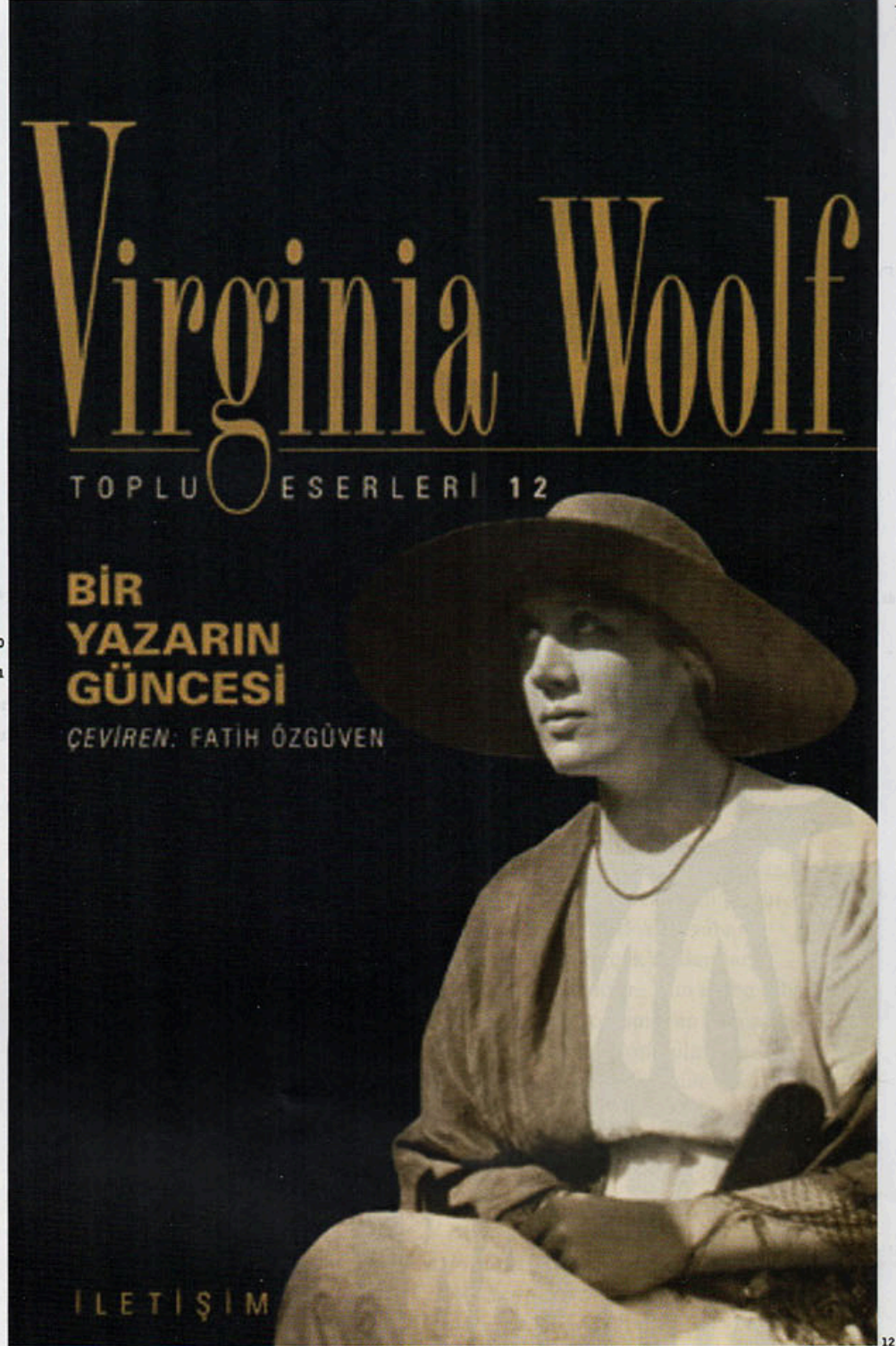
Sıfırdan kapak tasarlama durumu, sadece yeni kitaplar için geçerli değildir. Yayınevi, klasik dönem yazarlarının eserlerini tekrar yayınlamak (bu daha çok seri yayınlamak halinde de görülür), bu yöntemi kullanır. Bu, bir bakıma ürünün yeni bir yüzle pazara sunmak gibidir. Yukarıda sayılanlar dışında, sıfırdan kapak tasarlama yaklaşımının başka sebepleri de vardır. Örneğin orijinal tasarım Türkiye'de bazı yayınevlerinin kapak tasarımlarında da görebileceğimiz kurumsal çizgiye uymayacağı için, kapak belirlenen tasarım çizgisinde tekrar tasarlanır. Bunun dışında, eğer orijinal



10



11



12

kapak hem tasarım hem üretim anlamında düşük standartlarda ve kalitede ise, yeniden tasarlanması düşünülebilir.

Estetik kaygılar dışında kapağın yeniden tasarlanmasının diğer bir nedeni de, kapak tasarımının metni doğru yansıtmadığı ya da temsil etmediği görüşünün oluşmasıdır. Buna ek olarak, orijinal tasarımda kültür farklılığından dolayı anlaşılmayan ya da yanlış anlamalara neden olabilecek görseller bulunması, kapağın yeniden tasarlanmasını düşündürülebilir. Bu durumun tam tersi olduğunda, yani yazarın kültürüne vurgu yapılarak,

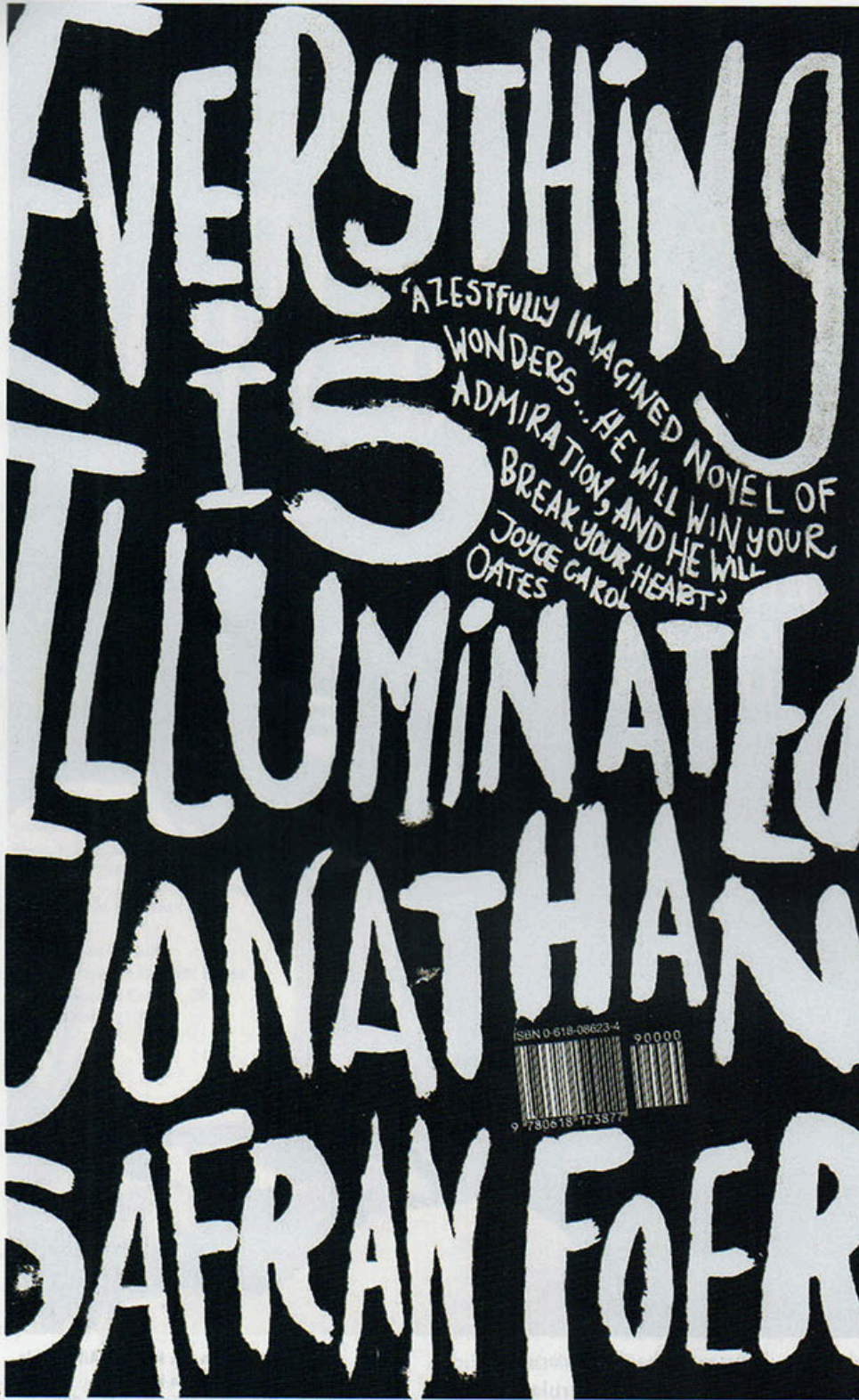
okuyucu ile bu yolla bağlantı kurulmak istendiğinde de, bu yola başvurulabilir. Bu yaklaşımın uygulandığı kültürler arasında Uzakdoğu, Ortadoğu ve hatta son zamanlarda tartışılan Afrika Kültürü de vardır¹¹. Fakat bu yaklaşım, o kültüre ait klişeleşmiş simge ve görselleri kullanma eğiliminden dolayı okuyucudan eleştiri de alabilir. Bu durum her ne kadar oryantalist bakış açısını anımsatsa da, yayınevlerinin sıkça kullandığı bir pazarlama stratejisidir.

Kitaplarının yabancı edisyon kapaklarında cami, fes gibi klişeleşmiş kültürel sembelleri kullanan yayınevlerine,

10 Kitabın adı: Kendine Ait Bir Oda
Yazar: Virginia Woolf
Yayıncı: İletişim Yayınları, 2002
ISBN: 9789750500848
Dizi kapak tasarımı: Ümit Kıvanç
Kapak tasarımı: Utku Lomlu

11 Kitabın adı: Bir Yazarın Güncesi
Yazar: Virginia Woolf
Yayıncı: İletişim Yayınları, 2008
ISBN: 9789750506109
Dizi kapak tasarımı: Ümit Kıvanç
Kapak tasarımı: Utku Lomlu

12 Kitabın adı: Dışa Yolculuk
Yazar: Virginia Woolf
Yayıncı: İletişim Yayınları, 2008
ISBN: 9789750505546
Dizi kapak tasarımı: Ümit Kıvanç
Kapak tasarımı: Utku Lomlu

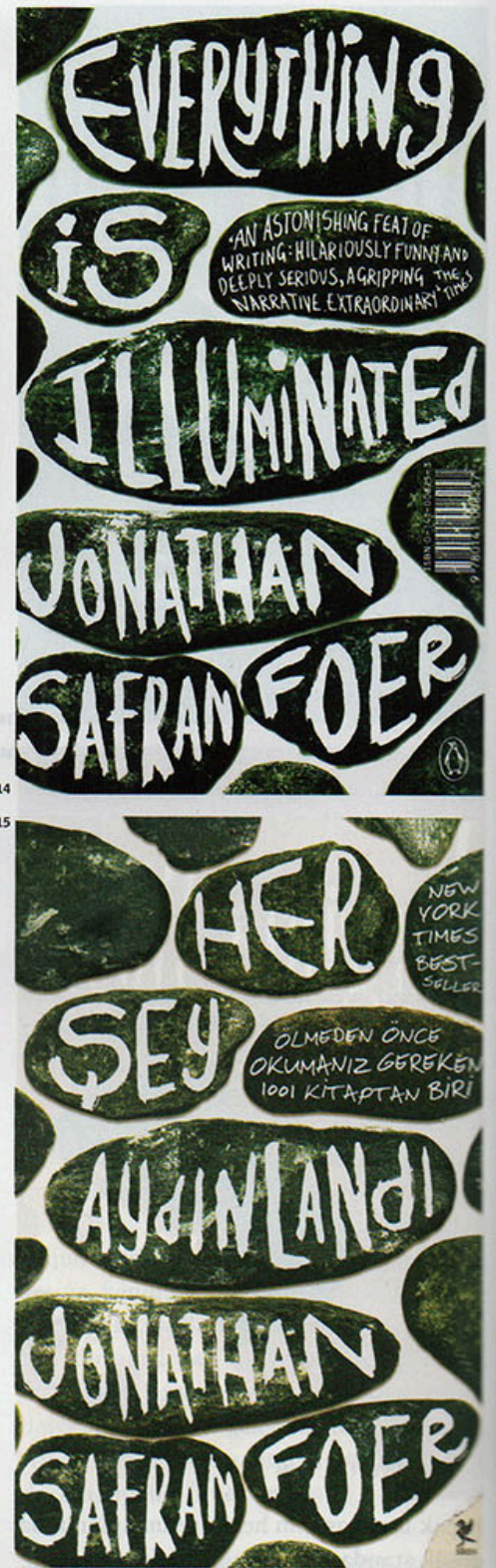


13 Kitabın adı: *Everything Is Illuminated*
Yazar: Jonathan Safran Foer
Yayıncı: Houghton Mifflin, 2002
ISBN: 9780547523781
Kapak tasarımı: Jon Gray

14 Kitabın adı: *Everything Is Illuminated*
Yazar: Jonathan Safran Foer
Yayıncı: Penguin, 2003
ISBN: 9780141008257

15 Kitabın adı: *Her Şey Aydınlandı*
Yazar: Jonathan Safran Foer
Yayıncı: Siren Yayınları, 2010
ISBN: 9786055903169
Kapak tasarımı: Nazlım Dumlu
Özgün kapak tasarımı: Jon Gray

mümkün olduğunca müdahale etmeye çalışan, bu durumun farkında olan ve önceden önlemler almaya çalışan Orhan Pamuk gibi yazarlar olduğu kadar, çoğu duruma müdahale edememiş olan Elif Şafak gibi yazarlar da mevcuttur¹². Şafak'ın kadınlarda doğum sonrası ortaya çıkan bir depresyon türü hakkında kaleme aldığı *Siyah Süt* adlı otobiyografisinin Fransız *Domaine Etranger* yayınevine ait baskısının kapağı bu duruma verilebilecek en iyi örneklerden birisidir. Başka bir Fransız yayınevi olan *Phebus*, içeriği yansıtmaya açısından doğru bir görsel



kullanmışken, diğer yayınevi, annelikle alakası olmayan kültürle bağlantılı klişe bir görsel kullanmıştır.

Diğer tasarım yaklaşımı ise, orijinal kapak tasarımında kullanılan bir objenin ya da görselin alınarak, yeni tasarımda kullanılmasıdır. Bu tarz bir yaklaşım, eğer kapakta kullanılan görsel, yazarın kültüründen bir iz taşıyorsa uygulanmaya daha elverişlidir. Elif Şafak'ın *Baba ve Piç* adlı kitabının orijinal kapak tasarımındaki "Nar" simgesinin, kitabın yabancı edisyon kapakları için de ilham



olmasını bu duruma bir örnek olarak gösterebiliriz. Nar imgesinin, romana konu olan muhafazakar aile bağları, sırlar ve doğurganlık gibi kavramlar için ideal bir gösterge olacağını düşünürsek, yabancı yayınevlerinin bu görseli kullanma nedenini daha iyi anlayabiliriz. Bu kullanıma bir başka örnek de, Orhan Pamuk'un *Masumiyet Müzesi* kitabıdır. Yazar, yabancı yayınevlerine, orijinal tasarımda kullanılan araba fotoğrafının orijinalindeki pembe renk dışında herhangi bir renkle kullanılmasını şart koşmuş, fakat bazı yayınevleri bu isteğini yerine getirmeyip aynısını kullanmıştır¹³.

Bir başka yöntem ise, bir yağlıboya resmi ya da bir eski dönem resmini kapakta kullanmaktır. Bu yaklaşımı daha çok dünya klasiklerinde, 20. yüzyıldan önce yazılan romanlarda ya da felsefe/fikir kitaplarında görebiliyoruz. Nadir de olsa, modern eserlerin kapaklarında da kullanıldığını söyleyebiliriz. Bu yöntem genellikle, tasarımcının kolay yolu tercih etmesi olarak da düşünülürken, aynı zamanda içeriğin geçmişle olan bağını, okuyucunun zihninde nostalji kavramının canlandırılmasına yardımcı olması açısından tercih edildiğini söyleyebiliriz. Türk yayınevlerinin de özellikle dünya klasikleri için sık sık bu yola başvurduğunu görüyoruz.

Yaygınca kullanılan bir başka yöntem ise, yazarın resmini ya da ismini kapakta baskın unsur olarak kullanmaktır. Bu yaklaşım, roman/kurgu'dan, biyografi dahil kurgusal olmayan felsefe/fikir kitap kapaklarına kadar çeşitli kitap türlerinde görülebilir. Yabancı edisyonlarda özellikle



yazarın isminin, kitabın adından daha önce ve daha büyük puntuyla yazılması, yazarın bir nevi markalaştırılması çabasının bir sonucudur. Yabancı edisyonlarda yazarın fotoğrafının kullanılması ise, özellikle çağdaş eserlerde çok sık rastladığımız bir uygulama değildir. Bu yaklaşım daha çok, dünyaca ünlü yazarların kitapları için tercih edilir. Ayrıca biyografi kitap kapakları için de, en sık başvurulan yöntemlerden birisidir.

Son dönemlerde sıkça gördüğümüz bir diğer yöntem ise, orijinal kapak tasarımının ve kitabın adının farklı dillerde adapte edilerek kullanılmasıdır. Bu durum her ne kadar alışılmamış ve yeni olsa da, yaygınlaşmaya başladığını, özellikle kapak tasarlama süreci bölümünde bahsedildiği gibi, çok satan dünyaca ünlü yazarların kitapları için daha çok bu yönetime başvurulduğunu söyleyebiliriz. Bu durumu bir pazarlama stratejisi olarak değerlendirirsek en çok satan (best-selling) ve yazar-marka ilişkisini de anlamış oluruz. Tek bir kapak tasarımının bütün dünyada farklı dillerde lanse edilmesi, yazarın imajının bir marka gibi güçlenmesine ve pekişmesine yardımcı olur¹⁴. Bu stratejiye en iyi örnek Jonathan Safran Foer'in kitaplarıdır.

Yabancı edisyonların kapak tasarımı için farklı görüşler

Yukarıda saydığımız bütün bu uygulamalar göz önünde bulundurulduğunda, hangi yöntemin en iyi olduğu ile ilgili tartışmaların ortaya çıkması kaçınılmazdır. Bu tartışmaların merkezinde de yayıncılar ve tasarımcılar, tasarım trendlerini ve yaklaşımlarını



16 Kitabın adı: Lolita
Yazar: Vladimir Nabokov
Yayıncı: Aydın Yayınları, 1959

17 Türk film afişleri, 1951, 1953.

18 Türk film afişleri, 1951, 1953.

şekillendirmede öncü rol oynarlar. Dünyadaki yayın pazarının kültürel farklılıklarından dolayı, yabancı edisyonlarda birçok açıdan farklı görüşler mevcuttur. Tam da bu sebepten dolayı hangi yöntemin en iyisi olduğu tartışmasının bir son bulması zor görünmektedir. Fakat yine de kısaca tartışılan noktalardan bahsetmekte yarar var.

Yabancı edisyonlarda güncel olarak belki de en çok tartışılan, "dünya çapında tek bir tasarımın kullanılması mı, yoksa ülkelerin kendi pazarlarına göre yeniden kapak tasarlaması mı?" sorusudur. Tek kapak uygulamasına karşı olanların en belirgin argümanı, farklı kültürlerin, farklı hassasiyetleri ve görsel zevkleri olabileceği yönündedir¹⁵. İngiliz tasarımcı Nathan Burton, nasıl her ülkede insanlar kahvaltılarında farklı şeyler yemeyi tercih ediyorlarsa, kapak tasarımında da aynı şeyin geçerli olduğunu söylüyor¹⁶. Adrian Shaughnessy de tek bir kapağın iyi bir fikir olmadığını, bir eseri okumanın mahrem (intimate) ve kişisel bir eylem olduğunu düşünüyor¹⁷.

Yabancı edisyonların kapak tasarımı konusunda Shaughnessy'den farklı düşünen tasarımcılar da mevcuttur. Örneğin ünlü Amerikan yayınevi

Knop'tun sanat yönetmeni Megan Wilson, farklı kapakların gerekliliğine inanmadığını söylüyor ve buna örnek olarak da, İngiltere'den Amerika'ya transfer olduğunda bir tasarımcı olarak tarzını hiç değiştirmedini gösteriyor¹⁸. Tabii ki tek başına tasarımcının stili, okuyucunun eğilim ve beğenisini göstermeye yetmeyebilir. Pazarlama departmanlarının tasarımcıların geliştirdiği stratejiler, bu tarz kararlarda daha belirleyici olabiliyor. Bu stratejiler, her ne kadar yüzde yüz doğrulanmış olmasa da, dünya çapında yabancı edisyonlar için uygulanan yaygın, ortak politikalar da mevcuttur.

Bir diğer tartışma konusu olan, yazarın kültürünü anımsatan görseller kullanma uygulaması da bu politikalarından biridir. Endüstrideki bazı profesyoneller, bu uygulamanın kolaylığa kaçmak olduğunu düşünse de, ünlü kapak tasarımcısı Peter Mendelsun, bu uygulamanın bazı haklı yönleri olabileceği görüşündedir. Örneğin, yazarın kitabının kültürel yönünün altı çizecekse, -çünkü bazı durumlarda yazarın evrenselliğine rağmen, kendi kültüründen referanslar alarak pazar konumlandırması tercih ediliyor- bu durumda yazarın kültürüne gönderme yapan kapaklar tasarlanmanın normal bir durum olduğunu düşünüyor. Bu argümanını desteklemek için de, şu an dünyaca ünlü yazarların, aslında yeni tanınmaya başladıkları zamanlarda, milli kimlikleriyle anıldıklarını söylüyor. Tabii ki zamanla bu yerel algının, yerini uluslararası üne bıraktığının da altını çiziyor. Fakat bazı yazarların kitaplarındaki özün ve başarının kendi kültürlerinden geldiğini söyleyerek, açık bir kapı bırakmayı da ihmal etmiyor¹⁹.

Sonuç

Kapak tasarımında kültürel öğelerin kullanılması, ülkelerin kendilerine ait tasarım stilleri ve eğilimlerinin olup olmadığı tartışmasını da beraberinde getiriyor. Şu ana kadar yazılıp çizilenler ise daha çok Amerika-İngiltere-Avrupa ekseninde yer alıyor. Bu coğrafyalara kesin olarak belli tarz ve stiller atfetmek mümkün olmasa da, uygulamalara bakarak bazı tespitler yapmak mümkündür. Örneğin, Amerika ve İngiltere'nin, Avrupa'ya kıyasla daha rekabetçi ve ticari kapak tasarımları olduğu biliniyor. Avrupa'da kitap satışları konusunda çok fazla bir endişenin bulunmaması -coğrafyanın tabiatına da

uygun olarak- daha sanatsal ve satış kaygısından bağımsız tasarımların ortaya çıkmasına zemin hazırlıyor²⁰. Her ne kadar Amerika ile İngiltere bu kategoride beraber yer alsalar da, tasarım stili ve tercihleri konusunda farklılık gösteriyorlar. Amerikan kapakları daha fazla görsel öğeyi bünyesinde barındırırken (tabir-i caizse, kapaktaki her boş alanı kullanırken), İngiliz tasarımlarında "Az çoktur - Less is more" felsefesi benimsenerek, beyaz alan kullanımına daha çok özen gösterildiği biliniyor²¹. Bu tespitler daha çok, yabancı edisyonlar için kapak tasarımları ortaya koyan, ve bu konu üzerinde sıkça kafa yoran tasarımcılara ve yayıncılara ait. Her ne kadar bazı belirgin ayrımlar ortaya çıksa da, kesin olarak ülkelere farklı stillerin atfedilebileceğinden bahsedemiyoruz.

Yukarıdaki örnekler, yabancı edisyonlar da dahil, kapak tasarlama eyleminin ne kadar karmaşık bir yapısı olduğunu gösteriyor. Nitekim, ünlü yazar Vladimir Nabokov bir röportajında, 1950'lerden Türkçe basım *Lolita* kitabının kapağını eleştirirken, yabancı edisyonlarla ilgili bu gerçeği ıskalıyor. Yazar videoda kapaktaki kadın figürünü göstererek, aslında kitabın aslına uygun olmayarak, genç kız figürü yerine orta yaşlı bir kadın figürü resmedilmesini haklı olarak eleştiriyor²². Fakat yazarın bilmediği, o dönemde ülkede film afişlerinin de etkisiyle gelişen illüstrasyon furyası. Film afişlerinden de anlaşılacağı üzere, o dönemde bu afişleri tasarlayanlar, aynı zamanda kapak tasarımı da yapan grafik sanatçılar.

Bu örneklerden yola çıkarak; kültürel yorumlar, dönemin ve ülkenin tasarım trendleri/eğilimleri göz önünde bulundurulduğunda, yabancı edisyonlara kapak tasarlanmasının, bir kitaba ilk defa kapak tasarlamaktan daha fazla müdahale ve etkileşim gerektiren bir süreç olduğunu söyleyebiliriz. Tam da bu çok rafine olmayan, subjektif süreç yüzünden, dünya çapında tasarım uygulamalarında ortak bir karara varılacak gibi görünmüyor. Bir tarafta, albüm kapaklarının, film afişlerinin evrenselliğini öne sürüp, dünyanın her yerinde tek kapak uygulamasını savunanlar, diğer bir tarafta da, ülkelere göre farklı tasarımların, kültürel zenginliğin göstergesi olduğunu düşünenler mevcut. Tek kapak savunucuları, globalleşen dünyada, ortak

bir görsel dünyanın zaman içerisinde oluştuğunu haklı olarak ileri sürerken, tek kapağı, yazarın bir marka gibi, imajının pekişmesi açısından faydalı buluyorlar. Fakat bu uygulama, kapak tasarımının telif haklarının satın alınıp alınmaması durumu göz önünde bulundurulduğunda, her zaman ve her yerde mümkün olacak gibi görünmüyor. Sonuç olarak, böyle bir yaptırım, kitabın telifini alan bütün yabancı yayınevlerine dayatılamayacağı için, her ülkede farklı kapak tasarımları ve yorumları görmeye devam edeceğiz.

■ **Dilek Nur Polat, Doktora öğrencisi, Reading Üniversitesi Tipografi ve Grafik İletişim Bölümü.**

Notlar:

- 1 TED, "Chip Kidd: Designing books is no laughing matter. OK, it is", [www.youtube.com/watch?v=cC0KxNeLp1E], (Son erişim 28.06.2013)
- 2 Charles Rosner, "The Growth of the Book-Jacket", London, Sylvan Press, UK, 1954, s.7.
- 3 Charles Rosner, a.g.e.
- 4 Charles Rosner, a.g.e., s.16.
- 5 Angus Phillips, "How Books Positioned in the Market: Reading the Cover" içinde N. Matthews & N. Moody (Ed.), *Judging a Book by Its Cover – Fans, Publishers, Designers, and the Marketing of Fiction*, Ashgate Publishing Limited, Hampshire, UK, 2007, s.19.
- 6 Marco Sonzogni, "Re-Covered Rose – A Case Study in Book Cover Design as Intersemiotic Translation", John Benjamins Publishing, Amsterdam, 2011, s.16.
- 7 Marco Sonzogni, a.g.e.
- 8 Marco Sonzogni, a.g.e., s.5.
- 9 Angus Phillips, a.g.m., s.20.
- 10 Angus Phillips, a.g.m., s.23.
- 11 Michael Silverberg, "The reason every book about Africa has the same cover—and it's not pretty", [http://qz.com/207527/the-reason-every-book-about-africa-has-the-same-cover-and-its-not-pretty/] Son erişim 25.06.2014.
- 12,13 Dipnot TV, "Orhan Pamuk-Masumiyet Müzesi-5N1K, CNNTürk", [www.youtube.com/watch?v=oyoe6bZSrKg] Son erişim 06.07.2013.
- 14 Loa Audunsdottir, "The Purpose of Covers in Ebooks", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Reading Üniversitesi, Sanat ve İnsani Bilimler Fakültesi, Reading, 2011, s.19.
- 15 Tom Lamont, "Design: Don't judge a book by its cover, particularly in France", [http://www.theguardian.com/artanddesign/2010/may/09/judge-book-by-cover] Son erişim 06.05.2013.
- 16 Tom Lamont, a.g.m.
- 17 Adrian Shaughnessy, "Balance the Books", [www.designweek.co.uk/news/balance-the-books/1133092.article] Son erişim 14.05.2013.
- 18 Tom Lamont, a.g.m.
- 19 Literab, "Re-covering Kafka: an interview with Peter Mendelsund", [www.ceskapozice.cz/en/blog/michael-stein/re-covering-kafka-interview-peter-mendelsund] Son erişim 16.04.2013.
- 20 Tom Lamont, a.g.m.
- 21 Carol Pinchfsky, "British and American Cover Art: How and Why They're Different", [www.intergalacticmedicineshow.com/cgi-bin/mag.cgi?do=colums&vol=carol_pinchfsky&article=002] Son erişim 23.06.2013.
- 22 Alan Trotter, "Nabokov on different Lolita covers", [www.youtube.com/watch?v=qtwVcYbz7k] Son erişim 19.06.2013.