

/ DERLEME: GRAFİK TASARIMCI, KORAY KIŞLALI



James W.Young'ın "Reklamcılıkla ilgili en güzel kitaplar reklamcılıkla ilgili olmayan kitaplardır." sözünden alıntı yaparak, belki de "tasarımla ilgili en güzel kitaplar da tasarımla ilgili olmayan kitaplardır".

Tüm bu "reklam, pazarlama, satış" sürecinde, özellikle işin "grafik tasarım" masasındaki değerli tasarımcıların, güncel tasarım trendleri yanında "satan işler" üretmelerine yardımcı olacağını düşündüğüm birkaç eseri burada sunuyorum.

İletişim, reklam, tasarım, girişim, pazarlama ve satış alanında bu değerli eserleri üreten yazarların; iletişim hakkındaki önemli ipuçları, yolculuklarında biriktirdiği gözlemler, seminer konuşmalarından kesitler, öğrencilerinden-öğretmenlerinden edindiği izlenimler ve hazine değerindeki tecrübeleri umarım hayallerinize ve üretimlerinize ilham verici nitelikte olacaktır.

Kaynak notu: Burada yer alan eserlere ait kısa tanıtım metinleri idfix.com web sitesinde ilgili kitabın tanıtım sayfasından alıntılanmıştır.

/ Bu yazının web versiyonu için [buraya tıklayınız](#).

Küçük Ama Önemli Şeyler (The Little Big Things), Tom PETERS

Boyner Yayınları, 2010, İstanbul. ISBN: 978-975-7004-60-8. Türkçe (Orj. İngilizce), 485 s. Çeviri: İclal Büyükdevrim ÖZÇELİK



Dünyanın en Önemli iş hayatı gurularından biri olan Tom Peters, 8 Temmuz 2004'de tompeters.com adlı internet sitesinde ilk blogunu yazar. Ve bu blog hayranlarının desteğiyle hızla gelişerek kısa zamanda ABD'nin en çok tıklanan internet siteleri arasına girmeyi başarır. "Küçük ama Önemli Şeyler", Tom Peters'in iş ve hayat tecrübelerinin bilgeliğini damıtarak söz konusu internet sitesine yazdığı yazılardan oluşan bir seçkidir. Kitap, yazarın belli bir sırayla oluşturduğu hayata ve iş hayatına dair önemli ipuçlarıyla, yönetim anlayışına yönelik sıra dışı kavramlarla, dünyanın farklı köşelerine yaptığı iş seyahatlerinde biriktirdiği gözlemlerle, seminerlerine katılan kişilerle yaptığı konuşmalardan edindiği izlenimlerle; kısacası hayatı boyunca biriktirdiği hayata dair "küçük ama Önemli şeylerle" doludur. Bu kitap, sizi hayatınızdaki Küçük, ama Önemli Şeyler üzerinde düşünmeye sevkedecek ve önerilenlerden çoğunu denemeye yönelterek bunları kendi temel prensiplerinize arasına eklemenizi sağlayacak. Tom Peters, iş hayatı konusunda çağımızın en etkili, çığır açıcı düşünürlerinden biridir. The Economist dergisi tarafından guruların gurusu, Los Angeles Times gazetesi tarafından da post-modern şirketlerin babası olarak adlandırılmıştır. Fortune dergisine göre ise Bir Tom Peters dünyasında yaşamaktayız.

Olağanüstü Tavsiyeler (Damn Good Advice), George LOIS

Boyner Yayınları, 2012, İstanbul. ISBN: 978-975-7004-66-0. Türkçe (Orj. İngilizce), 125 s. Çeviri: İrde Levent YILDIZ, Editör: Gülşen HEPER



Bu kitap reklam sektörünün dahisi, Amerika'nın en usta iletişimcilerinden olan ünlü George Lois tarafından yazıldı. Kitaptaki açıklamalar ve örnekler, yaratıcı hayatın marifetlerine ve ayrıca; ticaret, reklam, tasarım ve görsel sanatlar alanlarının her aşamasına dair yepyeni içgörüler sunuyor. Verilen tavsiyeler yaratıcılıkla ilgilenen insanların ufkunu genişletip hayatlarını değiştirme imkanı sunmanın yanısıra genç girişimciler için de, marka ve satış sanatı hakkında iyi bir başlangıç yaptıрма niteliği taşıyor. Türkçe'ye diğer dünya dilleriyle aynı anda çevrilen kitap, içindeki yaratıcı potansiyeli ortaya çıkarmak isteyen herkesin olmazsa olmazı olacak ve mutlaka okunması gereken bir rehber niteliğinde.

/ DERLEME: GRAFİK TASARIMCI, KORAY KIŞLALI

Reklamın Dili, Uğur BATI

Alfa Yayınları, 2010, İstanbul. ISBN: 978-605-106-242-6. Türkçe, 340 s. Editör: Suat KOYUNCU, Kapak: Gökhan BURHAN, Çizim: Dünya ATAY



Türkçeyazında reklamcılığa ilişkin yazılmış en kapsamlı ve çarpıcı kitaplardan biri. Kitap, reklamcılığı ilk olarak kavramsal olarak inceliyor. Reklamın tüm unsurlarını, ideal biçimleriyle ve örneklerle okuyucuya anlatmayı amaçlıyor. Reklamın Dili'nde yazar, reklamı reklam yapan görsel ve sözel metinler, grafik ve tasarım, başlık, slogan ve gövde metin gibi unsurları; reklam dilinin sosyopsikolojik boyutunu ifade eden mizah, star stratejisi, korku, cinsellik gibi duygusal mesaj biçimlerinin kullanımını örneklerle açıklıyor. Reklamlarda kullanılan cümle yapıları, kelime türlerinin kullanım ağırlıkları, reklamcıların iletileri farklı amaçlara göre nasıl yapılandıkları gösteriliyor. Kitapta ayrıca 'reklamda etkileme, okunabilme, tanınma ve anımsanabilme gibi hedefler, reklamda kullanılan dil düzeyine nasıl yansıyor sorusu' orijinal bir araştırmayla okuyucuya sunuluyor. Reklamın Dili, Türkçe reklam dilinin temel repertuarını orijinal bir araştırmayla ortaya koyarken, göstergibilimsel bakış açısını da anlatıyor ve özgün içeriği ve konuya yaklaşımı açısından Türkçe reklam yazınına önemli bir katkıda bulunuyor. Kariyerinde reklam yazarlığı, yaratıcı yönetmenlik, marka uzmanlığı ve öğretim üyeliği gibi reklamcılığın neredeyse tüm taraflarında bulunmuş olan Uğur Batı, kitabında reklam yazarlarına, tasarımcılara, marka uzmanlarına ve diğer tüm reklam profesyonellerinin yanı sıra iletişim öğrencilerine de sesleniyor.

Stratejik Marka Yönetimi, Uğur BATI

The Brand Age Yayınları, 2013, İstanbul. ISBN: 978-605-5467-11-1. Türkçe, 457 s. Editör: Suat KOYUNCU, Kapak: Gamze BAYRAM, Cemil YAVUZ

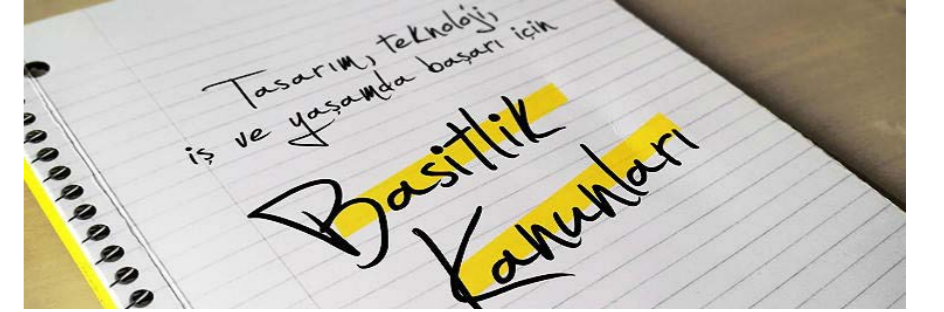


"Bir marka nasıl stratejik yönetilir ya da stratejik marka yönetimi nasıl yapılır?" Bu eseriyle, marka yöneticileri yanında reklam yazarlarına, reklam yaratıcılarına, sosyal medya yöneticilerine, dijital pazarlama uzmanlarına ve diğer tüm pazarlama profesyonellerinin yanı sıra iletişim öğrencilerine de seslenen Uğur Batı, deneyimsel pazarlama, duyuşal markalama, dijital marka yönetimi, sosyal medya yönetimi, topluluk yönetimi, bulaşıcı markalama, yeni nesil reklamcılık, ikon markalar örnekleriyle ideal markalaşmanın yollarını bütünlük pazarlama iletişimi prensibi içinde anlatıyor. "Herkesin herkesten ve herkesin her şeyden kolayca vazgeçtiği bir çağdan bahsediyoruz. Sadakatin zihnen tasarlanmış bir 'vazgeçme' fikri olduğunun kabul edildiği bir çağ bu. Yine kendisinin somut göstergelerinin soyut bir bağlılık biçimi olarak görüldüğü, bazen fiziksel olarak olmasa bile zihinsel olarak herkesin ve her şeyin 'harcanabilir' olduğu zamanlar bunlar. Sadakat keşke 'inkâra dönüşmenin eşliğinde aşkın ikrarı' olsaydı ama sadece kişilerden vazgeçmiyoruz ki! Nesnelere vazgeçiyoruz. Prensiplerden vazgeçiyoruz. Sözlerden... Kurallardan... Kırmızı çizgilerden... İdeolojilerden... Doğadan... Yaşamdan... Hayallerden vazgeçiyoruz. Tabi durum böyle olunca tercih ettiğimiz markalardan da kolayca vazgeçiyoruz. Peki, kaçınılmaz olarak sadakat peşinde koşan 'masum' marka yöneticisi

bugün ne yapabilir? Malumunuz, eski kuşak büyük markalar, imaj reklamlarıyla kurulmuştu. İşte bu kitap da vazgeçmenin vazgeçilmez olduğu bu çağda, marka yönetiminin tüm prensiplerini anlatıyor.

Basitlik Kanunları (The Laws of Simplicity), John MAEDA

MediaCat Kitapları, 2012, İstanbul. ISBN: 978-605-5755-29-4. Türkçe (Orj. İngilizce), 135 s. Çeviri: Aslı Kalem BAKKAL, Editör: Gülen Çetin TANKUT, Yankı ENKİ, Kapak Tasarım: M.A.R.K.A



New York Times köşe yazarı David Pogue'nün 2006 yılında Monterey'deki yıllık TED Konferansı'ndaki sunumunda da belirttiği gibi, "basitlik satar." Apple iPod'un -diğer dijital müzikçalarından daha azını yapıp da daha pahalıya satılan bir cihazın- inkar edilemez ticari başarısı bu eğilimi destekleyen kilit örneklerden biri. Başka bir örnek ise güçlü Google arama motorunun aldatıcı derecede "sade ve basit" arayüzü. İnsanlar yaşamlarını basitleştirecek olan tasarımları satın almakla kalmıyorlar, onları seviyorlar da. Yakın gelecekte karmaşık teknolojiler evlerimizi ve işyerlerimizi daha fazla işgal ederken basitlik de giderek daha da büyüyecek bir endüstri. Grafik tasarımcı ve bilgisayar uzmanı olan John Maeda, iş dünyasındaki ve hayattaki karmaşık yapıları basitleştirmek için ("azalt", "düzenle", "güven" gibi okuru basitliğe ulaştıracak) 10 Kanun sunuyor. 10 Kanun'a ek olarak basitliğe ulaşmanıza yönelik 3 Anahtar da sunuluyor.

/ DERLEME: GRAFİK TASARIMCI, KORAY KIŞLALI

Görünmeyi Satmak (Selling The Invisible), Harry BECKWITH

Optimist Yayınları, 2012, İstanbul. ISBN: 978-9944-186-54-4. Türkçe (Orj. İngilizce), 225 s. Çeviri: Ümit ŞENSOY, Editör: Fevzi GÖLOĞLU



Yaratıcı Pazarlamacının Başucu Kitabı. Gelmiş geçmiş en iyi on pazarlama kitabından biri olarak anılan Görünmeyi Satmak, hizmet ve ürün pazarlaması arasındaki farkı vurgulayarak hizmet satın almak isteyen müşterinin düşünce tarzını ve hizmet sektörünün işleyişini inceliyor. Stanford mezunu pazarlama ve reklam uzmanı, Harry Beckwith'in 35 yıllık satışçı deneyimlerinden çarpıcı örneklerle dolu. Örnekler bebek bakıcısı Kate'den Federal Express'e, çok farklı hacim ve konulardaki işlerden alınmış. "Ürün somut bir şeydir. Onu görür ve ona dokunabilirsiniz. Ama hizmet elle tutulamaz. Hatta, çoğu zaman satın almadan önce yoktur bile. Bir kuaföre gittiğinizde, saçınızı önce kestirir sonra satın alırsınız. Önce sipariş verir, sonra alırsınız." diyen Beckwith'in bu kitabı, pazarladığınız ne olursa olsun, size ufuk açıcı görüşler kazandıracaktır.

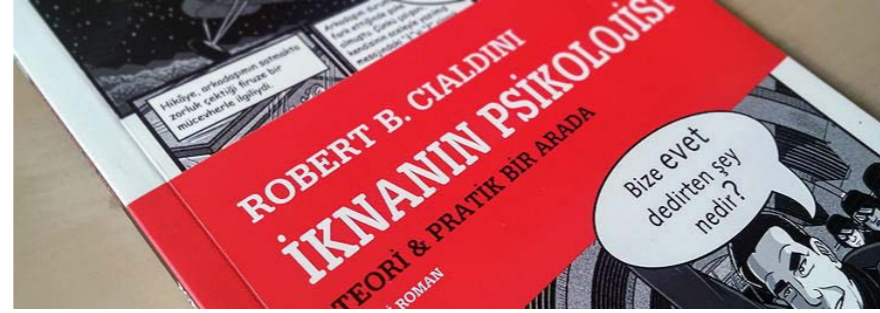
"Şimdiye kadar yazılmış en iyi iş kitabı..."

– Joel Abrahamson, Merrill Lynch Sigortacılık Şti.

"Hizmet sektöründeki herkesin, yani hepimizin okuması gereken bir kitap..." – Roger Dow, Marriott Otelleri VP ve Satış Müdürü.

İknanın Psikolojisi (Influence), Robert B. CIALDINI

Media Cat Kitapları, 2013, İstanbul. ISBN: 978-605-4584-291. Türkçe (Orj. İngilizce), 60 s. Çeviri: Muhibe Bilge BÜYÜKAKYÜZ, Editör: Serda AKDOĞAN, Kapak Uyarlama: Sena Altun ÇAKIROĞLU



Dr.Robert Cialdini etileme ve ikna etme bilimi üzerine çalışan dünyadaki en önemli otoritelerin başında gelir. Cialdini'nin bestseler kitabı "İknanın Psikolojisi"nin çizgi roman versiyonu. Elinizdeki bu çizgi roman uyarlamasında Cialdini'nin ikna bilimi üzerine çığır açan felsefesini, bir bilim kurgu öyküsünün izinde anlama fırsatınız olacak.

Reklamın Görme Dediği, Prof. Dr. Mete ÇAMDRELİ

Avrupa Yakası Yayıncılık, 2013, İstanbul. ISBN: 978-9944-979-75-7. Türkçe, 519 s. Editör: Zeynep AKINCI, Kapak Tasarım: Yunus KARAASLAN.



Reklam bir yere ışık tutarken diğer tarafı karartır mı? Soruya yanıt, başlıktaki 'görme' sözcüğünü ikili okumada: biri, emir kipinin olumsuz şeklinde, diğeri görmek eyleminde. Işık tutmanın, aynı zamanda ışığa bakını körleştirebileceği ya da ışığa bakını bizzat karartabileceği öngörüsü birinci okumanın kaplamını oluşturur. Reklam bir yandan gizler bir yandan da ifşa eder, kapısı görsele açılan her iletişim imkânı gibi.

Grafik Tasarım Ne İçindir? (What is Graphic Design For?), Alice TWEMLOW

Yem Yayın, 2011, İstanbul. ISBN: 978-9944-757-07-2. Türkçe (Orj. İngilizce), 256 s. Çeviri: Dalsu ÖZGEN, Editör: Sibel YILDIZ, Kapak Tasarım: Zehra İLTER



Grafik tasarım iletişim kurmak içindir: seyirciler, izleyiciler, kullanıcılar, alıcılar, ziyaretçiler, katılımcılar, yoldan geçenler, tüketiciler, müşteriler ve aboneler. Ancak tasarımcıların tüm bu insanlarla ne derece temasa geçtikleri, çarpıcı şekilde değişkenlik göstermektedir. Bazıları kendileri için tasarım yapar. Bazıları bir müşterinin anlayışına göre tasarlar. Bazıları ise çalışmanın hedef kitesini bulur, bu kitlenin beğenilerini belirler ve hatta bazen tasarıma katkıda bulunmaları için bu kitlenin fikirlerini alır. Konuyu genel kavramlarla ele almaya başlayıp yanıtları ayrıntılarda bulan kitap, farklı alanlarda farklı konulara hizmet eden disiplinlerarası küresel bir dil olan grafik tasarımı bileşenlerine bölerek araştırıyor.

/ DERLEME: GRAFİK TASARIMCI, KORAY KIŞLALI

Sektörün Penceresinden Reklam Süreci, Gresi Sanje DAHAN

Beta Yayınları, 2011, İstanbul. ISBN: 978-605-377-470-9. Türkçe, 105s.

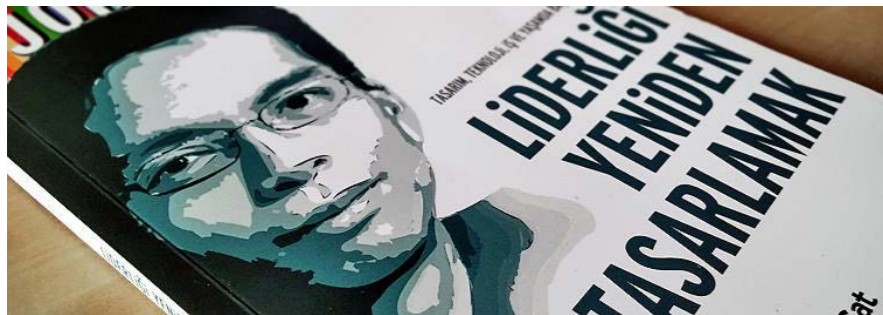


Kitapta her ne kadar süreç aktörlerin üzerinden kurgulanmış olsa da reklam sektörünün gündeminden seçilmiş çeşitli başlıklara yer verilir. Bunlardan bir tanesi; "reklam sanat mıdır, ticari bir faaliyet midir?". Mısırlıoğlu'nun tanımıyla "sanatla dirsek temasının ötesinde ciddi teması olan bir iş yapma biçimi" ... Reklam, problem çözme, bilgi verme, benzeri kaygılarla reklamveren bir problemini çözmek üzere yapıldığından bir sanat faaliyeti olarak görülmeyeceği kitapta net olarak ifade edilir.

Liderliği Yeniden Tasarlamak (Redesigning Leadership),

John MAEDA & Becky BERMONT

Media Cat Kitapları, 2011, İstanbul. ISBN: 978-605-5755-96-6. Türkçe (Orj. İng.), 94 s. Çeviri: Aycan AK, Editör: Yankı ENKİ, Kapak: Ahmet KILIÇ



John Maeda 2008 yılında ünlü Rhode Island School of Design'ın rektörlüğüne getirilince, bir lider olmanın ne demek olduğunu hızla öğrenmek zorunda kaldı. Kendisini birden hiyerarşik bir kurumun başında buldu. Deneme yanılma yöntemini kullanarak kendini liderlik konusunda eğitti. İşte Maeda "Liderliği Yeniden Tasarlamak" kitabında bize bu süreci anlatıyor. Maeda gibi bir sanatçı, yaratıcı, teknoloji uzmanı ve tasarımcı, ciddi bir kurumun liderliğini nasıl üstlenebildi? Onun yaratıcı doğası nasıl bir lider kimliği ortaya çıkardı? İçindeki özgür sanatçı ruhuyla ondan ortaya koyması beklenen kurumsal lider kimliğini nasıl bağdaştırabilirdi? Maeda kendi liderlik macerasını ve dönüşümünü anlatırken, yeni nesil liderler için de yepyeni bir liderlik modeli sunuyor.

John Maeda 2008 yılında Esquire tarafından 21. yüzyılın en etkili 75 insanından biri seçildi. Eserleri Tokyo, New York, Londra ve Paris'te; Smithsonian Enstitüsü'nün Cooper-Hewitt Ulusal Tasarım Müzesi'nde ve San Francisco Modern Sanat Müzesi'nde sergilendi. En önemli kitabı "Basitlik Kanunları" MediaCat Kitapları tarafından yayımlandı.

Markethink ya da Farkethink!

"Deneyimsel Pazarlama ve Duyusal Markalama", Uğur BATI

İYİ Yayınlar & Beslenme Saati, 2012, İstanbul. ISBN: 978-605-62740-0-8. Türkçe, 340 s. Editör: Suat KOYUNCU, Kapak: Mehmet Orhan DAL



Gözümüz rengi ve formu, kulağımız sesi, dilimiz tadı, burnumuz kokuyu ve parmaklarımız dokuyu algılamamızı sağlar. Bugünün uzaktan iletişim teknolojisi henüz gözümüzü ve kulağımızı besleyebilen yeteneklere sahip olmasına rağmen onun kitlesel yanı hepimizin işini kolaylaştırıyordu. Oysa üç duyunun devre dışı kaldığı, diğer ikisinin ise ancak aracı medyumlar yoluyla alıcı pozisyonuna geçtiği bir iletişim holistik bir algı yaratamazdı. Duyusal markalama, hem tüm duyuuları aynı anda harekete geçiren hem de temasın sağladığı sıcaklığı keyifli bir deneyime dönüştüren imkânlarla konvansiyonel yaklaşımların eksikliğini ve yetersizliğini gözler önüne seriyor.

100 Soruda Estetik, Mehmet H. DOĞAN

Gerçek Yayınevi, 1975, İstanbul. Türkçe, 333 s. Kapak: Said MADEN



Mehmet H. Doğan'ın estetik konusunda yazılmış kaynak eserlerin ve en yeni araştırmaların büyük çoğunluğunu inceleyerek, sağlam bir yöntemle, titiz ve sabırlı bir çalışmayla hazırladığı "100 Soruda Estetik"; "Estetik Nedir?", "Estetik Kuramları", başlıklı bölümlerden oluşuyor.

/ Yukarıdaki yazının web versiyonu için [buraya tıklayınız.](#)

/ Yazının devamı niteliğindeki ikinci bölüm için [buraya tıklayınız.](#)

Faydalı Diğer Hususlar

- › [Görsel Marka Kimliği Tasarımı](#)
- › [Dijital Pazarlama Hakkında Notlar](#)
- › [Masaüstü Prodüksiyon Video Tasarım Örnekleri](#)
- › [Fotoğraf Rötüş ve Renk Düzeltme Uygulamaları](#)
- › [Grafik Tasarım Hakkında Kaynaklar](#)
- › [Sanat Yayınları Hakkında Kaynaklar](#)
- › [Renkli ve Türkçe / Sinema Renk Paleti](#)
- › [Bir Logo'nun Üretim Hikayesi](#)
- › [Tasarım, Sanat ve Benzeri Alanlarda İlham Kaynakları](#)
- › [Reklam, Tasarım, Pazarlama Hakkında Kitap Önerileri - Bölüm I](#)
- › [Reklam, Tasarım, Pazarlama Hakkında Kitap Önerileri - Bölüm II](#)
- › [Türkçe Reklam ve Reklamcılık Kitapları Bibliyografyası](#)
- › [Klasik Müzik, Jazz ve Film Müziği Listeleri](#)
- › [Renkli TV'den Fotoğraf](#)

Koray Kışlalı, Grafik Tasarımcı

koraykislali.com

Basılı ve dijital pazarlama alanında markalar için kurumsal tanıtım ürünleri tasarlamaktayım.

Görsel Marka Kimliği Tasarımı

Logo Tasarımı, Logo Kullanım Kılavuzu Tasarımı, Kurumsal Kimlik Kılavuzu Tasarımı, Kurumsal Kimlik Evraklarının Tasarımı

Dijital Pazarlama Tasarımı

Sosyal Medya Post Tasarımı, Kurumsal Web Site Tasarımı, Kurumsal Blog Tasarımı, Toplantı Sunum Tasarımı

Basılı Yayın Tasarımı

Katalog ve Broşür Tasarımı, Gazete & Dergi İlan Tasarımı, Süreli Yayın Tasarımı (Dergi, Bülten vb.), Afiş ve Billboard Tasarımı

Gerçekleştirdiğim reklam ve pazarlama tasarımlarını incelemek için [buraya tıklayınız](#).

Talep ve iletişim için lütfen [buraya tıklayınız](#).

E-Posta:

info[at]koraykislali.com

