



Yayınevi Kurumsal Kimlik Tasarımı Bağlamında Kitap  
Kapaklarında Devamlılık

Continuity in Book Covers in the Context of Publishing House Corporate  
Identity Design

Mithat YILMAZ<sup>1</sup>, Muhammet Furkan TERZİ<sup>2</sup>

Özet

Bu çalışma, yayınevleri için kurumsal kimlik tasarımı bağlamında kitap kapaklarında devamlılığın önemini ve bu devamlılığı sağlamaya yönelik stratejileri incelemektedir. Kurumsal kimlik, bir organizasyonun temel, ayırt edici ve kalıcı özelliklerini yansıtarak marka tanınırlığını ve itibarını artıran kritik bir unsur olarak tanımlanır. Yayınevleri için kurumsal kimlik, markanın vizyonunu, değerlerini ve misyonunu yansıtmamanın yanı sıra, hedef kitle ile güçlü bir bağ kurmada da önemli bir rol oynamaktadır. Kitap kapakları, bir yayınevinin görsel kimliğinin önemli bir parçası olup, okuyucuların ilk izlenimlerini belirlemede kritik bir öneme sahiptir. Kitap kapakları, yalnızca kitabın içeriğini yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda yayınevinin marka değerlerini ve estetik anlayışını da ortaya koyar. Bu nedenle, kitap kapaklarında tutarlılık sağlamak, yayınevlerinin marka bilinirliğini ve okuyucu sadakatini artırmada büyük önem taşır. Bu çalışma, yayınevlerinin kurumsal kimliklerini güçlendirmek ve kitap kapaklarında devamlılık sağlamak için çeşitli stratejiler sunmaktadır. Bu stratejiler arasında tasarım kılavuzlarının oluşturulması, uyumlu grafik stillerinin seçilmesi, nitel analizler yapılması ve uzman grafik tasarımcılarla çalışılması gibi yöntemler yer almaktadır. Yayınevlerinin kurumsal kimliklerini güçlendirmek ve kitap kapaklarında devamlılık sağlamak için uygulayabilecekleri stratejiler ve bu stratejilerin uygulanmasıyla elde edilen bulgular ve yorumlar değerlendirilmektedir. Bu çalışma, yayınevlerinin kurumsal kimliklerini güçlendirmelerine ve marka tanınırlıklarını artırmalarına katkıda bulunacak bilgiler sunmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Grafik Tasarım, Kitap Kapağı Tasarımı, Kurumsal Kimlik

Abstract

This study examines the importance of continuity in book covers within the context of corporate identity design for publishing houses and the strategies to achieve this continuity. Corporate identity is defined as a critical element that reflects an organization's fundamental, distinctive, and enduring characteristics, thereby enhancing brand recognition and reputation. For publishing houses, corporate identity not only reflects the brand's vision, values, and mission but also plays a significant role in establishing a strong connection with the target audience. Book covers, as a crucial part of a publishing house's visual identity, play a vital role in forming readers' first impressions. Book covers not only reflect the content of the book but also reveal the publishing house's brand values and aesthetic sense. Therefore, ensuring consistency in book covers is essential for enhancing brand

<sup>1,2</sup>Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Ankara

ORCID:

M.Y.: 0000-0003-0406-3845

M.F.T.: 0009-0007-7478-6228

Corresponding Author:

Muhammet Furkan TERZİ

Email:

furkan.terzi@hbv.edu.tr

**Citation:** Yılmaz, M. ve Terzi, M. F. (2024). Yayınevi kurumsal kimlik tasarımı bağlamında kitap kapaklarında devamlılık. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 14 (4), 553-574.

Submitted: 22.10.2024

Accepted: 15.11.2024

*recognition and reader loyalty. This study presents various strategies for publishing houses to strengthen their corporate identity and ensure continuity in book covers. These strategies include the creation of design guidelines, the selection of cohesive graphic styles, conducting qualitative analyses, and collaborating with expert graphic designers. The study evaluates the strategies that publishing houses can implement to strengthen their corporate identity and achieve continuity in book covers, along with the findings and insights gained from implementing these strategies. This study provides valuable information to help publishing houses enhance their corporate identity and increase brand recognition.*

**Keywords:** Book Cover Design, Corporate Identity, Graphic Design

## 1. GİRİŞ

Kurumsal kimlik, bir organizasyonun temel, ayırt edici ve kalıcı özelliklerini yansıtarak, markanın tanınırlığını ve itibarını artıran kritik bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kavram, bir organizasyonun içsel değerlerini ve kültürünü dış dünyaya nasıl yansıttığını belirleyen stratejik bir yaklaşımdır. Kurumsal kimlik, yalnızca bir markanın görsel öğeleriyle sınırlı kalmayıp, organizasyonun misyonunu, vizyonunu ve değerlerini de içerir. Bu yönüyle, kurumsal kimlik, organizasyonların hedef kitleleriyle iletişim kurmasında ve piyasada kendine bir yer edinmesinde temel bir rol oynar. Yayınevleri açısından bakıldığında, kurumsal kimlik; bir yayınevinin yayıncılık anlayışını, estetik tercihlerini ve değerler sistemini okuyuculara aktarmak için önemli bir araçtır. Yayınevlerinin misyonları genellikle edebi ve kültürel değerlerin yayılması, bilgi birikiminin topluma aktarılması gibi amaçlarla şekillenir. Bu noktada kurumsal kimlik, yayınevlerinin yalnızca yayınladıkları eserlerle değil, aynı zamanda bu eserlerin nasıl sunulduğu ve pazara tanıtıldığı ile de ilgili bir unsurdur. Dolayısıyla, kurumsal kimlik stratejileri, yayınevlerinin uzun vadeli başarısını ve okuyucu bağlılığını doğrudan etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Yayınevlerinin kurumsal kimliğini oluşturan unsurlar arasında logo, tipografi, renk paleti ve tasarım standartları gibi görsel kimlik öğeleri büyük bir önem taşır. Bu öğeler, bir yayınevinin markasını diğerlerinden ayırt eden ve okuyucunun zihninde belirli bir algı oluşturan bileşenlerdir. Özellikle logo, bir yayınevinin kimliğini kısa sürede tanımlayan ve hafızalarda yer edinen önemli bir semboldür. Tipografi ve renk paleti gibi diğer tasarım öğeleri ise, markanın görsel tutarlılığını ve estetik bütünlüğünü sağlamada kritik bir rol oynar. Bu unsurların stratejik bir şekilde belirlenmesi, yayınevinin hedef kitesiyle olan iletişiminin güçlendirilmesine ve marka bilinirliğinin artırılmasına katkıda bulunur.

Kitap kapakları, yayınevlerinin görsel kimliğinin önemli bir parçası olarak öne çıkar. Kitap kapakları, bir eserin içeriğini yansıtan ilk görsel öge olmasının yanı sıra, aynı zamanda yayınevinin estetik anlayışını ve kurumsal kimliğini de temsil eder. Okuyucular için kitap kapakları, esere dair ilk izlenimi oluşturur ve bu ilk izlenim, satın alma kararında belirleyici bir rol oynar. Bu nedenle, yayınevlerinin kitap kapaklarında devamlılık ve tutarlılık sağlamak için belirli stratejiler geliştirmeleri büyük önem taşır. Kitap kapaklarında sürdürülebilir bir tasarım dilinin oluşturulması, okuyucuların yayınevi ile bağ kurmasına ve yayınevinin piyasadaki konumunu güçlendirmesine yardımcı olabilir. Yayınevlerinin kurumsal kimliklerini güçlendirmek ve marka bilinirliğini artırmak amacıyla kitap kapaklarında devamlılık sağlamak hem tasarım hem de pazarlama açısından stratejik bir adımdır. Bu devamlılığı sağlamak, yayınevlerine sadece estetik bir avantaj sağlamakla kalmaz, aynı zamanda markanın güvenilirliği ve tutarlılığı konusunda okuyuculara güçlü bir mesaj verir. Bu çalışmada, yayınevlerinin kurumsal kimlik tasarımı bağlamında kitap kapaklarında nasıl devamlılık sağlayabileceklerine dair stratejiler incelenecek ve bu stratejilerin uygulanabilirliği üzerine değerlendirmeler yapılacaktır.

Kitap kapaklarında devamlılık sağlamak için çeşitli stratejiler mevcuttur; bunlar arasında tasarım kılavuzları oluşturmak, uyumlu grafik stilleri seçmek, nitel analizler yapmak ve uzman grafik tasarımcılarla çalışmak gibi yöntemler yer alır. Tasarım kılavuzları, yayınevlerinin tüm kitap

kapaklarında belirli bir tutarlılık yakalamasını sağlarken, grafik stilleri ve tipografi seçimleri markanın estetik bütünlüğünü destekler. Bu stratejiler, yayınevlerinin görsel kimliklerini pekiştirmelerine ve okuyucular üzerinde kalıcı bir izlenim bırakmalarına olanak tanır. Bu bağlamda, çalışmada öncelikle kurumsal kimliğin yayınevleri için önemine değinilecek, ardından kitap kapaklarının kurumsal kimlikteki yeri ve bu kapaklarda devamlılık sağlama stratejileri ele alınacaktır. Son olarak, bu stratejilerin uygulanmasıyla elde edilen bulgular ve yorumlar, Sinek Sekiz Yayınevi, Ketebe Yayınları ve Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları gibi örnekler bağlamında değerlendirilecektir. Bu örnekler üzerinden yapılan analizler, yayınevlerinin kurumsal kimliklerini güçlendirmek ve kitap kapaklarında devamlılık sağlamak için hangi stratejileri izlediklerini ve bu stratejilerin etkinliğini ortaya koyacaktır.

## 2. KURUMSAL KİMLİK

### 2.1. Tanım ve Temel Unsurlar

Kurumsal kimlik tasarımı, logolar, hikâye anlatımı, itibar ve imaj gibi çeşitli unsurları kapsayan markalaşmanın temel bileşenlerindedir. Nyagadza vd. (2022), markalaşmada kurumsal hikâye anlatımının önemini vurgulayarak, paydaşların kurumsal hikayeye olan bağlarının markalaşmayı nasıl etkilediğine dikkat çekmektedir. Bu hem iç hem de dış hedef kitlelerle uyum sağlayan bir anlatı oluşturmanın, güçlü bir kurumsal kimlik inşa etmek için önemini ortaya koymaktadır. Kurumsal logo, imaj ve itibar arasındaki ilişki ele alındığında, finans sektöründeki tüketici algılarının bu faktörlerden nasıl etkilendiği açığa çıkmakta ve görsel unsurlar ile marka algısı arasındaki karmaşık etkileşimi gözler önüne serilmektedir (Foroudi, 2014). Kurumsal kimlik bir kurum veya kuruluşu rakiplerinden ayıran özellikler bütünü olarak tanımlanmasının yanı sıra kurumun geçmişi, misyon ve vizyonu, teknolojisinin niteliği, sembolleri, iletişim yöntemleri ve stratejileri ile etik ve kültürel değerlerin bütünüdür (Tosun, 2008).

Balmer (2001), kurumsal kimlik kavramını daha da genişleterek, organizasyonların çalışanları ve paydaşları tarafından nasıl algılandığını tartışmış ve organizasyonun ifade ettiği şey ile dışarıdan nasıl algılandığı arasındaki uyumun gerekliliğini vurgulamıştır. Bu durum, kurumsal kimliğin çok yönlü doğasını gözler önüne sermektedir. Tüketicilerin hizmet kalitesi algıları firmanın somut unsurlarına dayandırılmaktadır, dolayısıyla bir markanın somut unsurlarının tüketici algılarının şekillendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Rehman vd., 2019). Kurumsal iletişim ve bunun perakende sektöründe kurumsal imaj ve itibar üzerindeki etkileri, iletişim stratejilerinin marka algısı ve itibarı üzerindeki etkisini açığa çıkarmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak tutarlı ve etkili iletişim kurumsal kimliği şekillendirmektedir (Foroudi ve Montes, 2017). Görsel iletişim tasarımında üretim teknolojisinin uygulamaları, teknolojinin marka iletişimi ve görsel kimliği geliştirmedeki rolünü ve marka iletişim stratejilerinin değişen doğasını ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, kurumsal kimlik tasarımı, hikâye anlatımı, itibar, imaj ve iletişim stratejileri gibi unsurları içeren çok yönlü bir süreçtir. İç değerleri dış algılarla uyumlu hale getirerek, organizasyonlar paydaşlar ve müşterilerle uyumlu ve güçlü bir kurumsal kimlik inşa edebilirler. Hizmet kalitesi ve marka özellikleri gibi markalaşmanın somut ve soyut unsurları arasındaki etkileşim, marka algısını ve müşteri sadakatini etkileyerek, stratejik marka yönetiminin kurumsal kimliği şekillendirmedeki önemini vurgulamaktadır.

### 2.2. Yayınevleri İçin Kurumsal Kimliğin Önemi

Kurumsal kimlik, yayınevlerinin başarısını ve algısını önemli ölçüde etkileyen temel bir unsurdur. Bu, bir organizasyonun kimliğinin davranış, iletişim ve semboller aracılığıyla hem iç hem de dış hedef kitlelere yansıtılmasını kapsar (Ayaawan, 2018). Kimlik unsurlarını markanın temel değerleriyle uyumlu hale getirmek, tutarlılığı ve özgünlüğü korumak için önemlidir. Bu

uyum, paydaşların organizasyona yönelik algılarını, kimliklerini ve davranışlarını etkilerken aynı zamanda kurumsal imajı da artırmakta ve zamanla olumlu bir organizasyonel itibar oluşturmaya katkıda bulunmaktadır (Abdullah vd, 2013). Yayınevleri bağlamında kurumsal kimlik, görsel unsurların ötesine geçerek organizasyonun değerlerini, misyonunu ve kültürünü de temsil etmektedir. Yayınevlerinin markalaşma ve iletişim stratejileri aracılığıyla dışa dönük sunumu, kamu algısını ve izleyici tepkisini önemli ölçüde etkilemektedir. Bu durum, paydaşların gözünde organizasyon imajını şekillendirdiği için önem taşımaktadır. Kurumsal kimlik, iç paydaşlar arasında kimlik ve bağlılık duygusunu teşvik etmede ve organizasyonun benzersizliğini dış paydaşlara vurgulamada da önemli bir rol oynamaktadır.

Kurumsal kimliğin evrimi, organizasyonlarda onu halkla ilişkiler için bir araç olmaktan çıkarıp, organizasyon kültürü, iç pazarlama ve kurumsal markalaşma için stratejik bir unsur haline getirmiştir (Heller & Rowlinson, 2018). Bu değişim, kurumsal kimliğin organizasyon davranışını ve pazar konumlandırmasını şekillendirmedeki artan önemini vurgulamaktadır. "Kurumsal kimlik, toplam kurumsal iletişim, paydaşların atfettiği kimlikler, kimlikler ve davranışlar sürekliliği" stratejik çerçevesi, kurumsal kimliğin organizasyonel işleyişin ve paydaş ilişkilerinin çeşitli yönlerini etkilemedeki merkezi rolünü vurgulamaktadır (Balmer, 2017). Yayıncılık sektöründe, dijital platformlar ve sosyal medyanın etkileşim ve görünürlük için yoğun şekilde kullanıldığı bir ortamda, güçlü ve tutarlı bir kurumsal kimliği sürdürmek önem arz etmektedir. Net ve uyumlu bir kurumsal kimlik, farklı kanallarda tekdüze bir marka imajı sağlamak için gereklidir. Bu uyum, yalnızca marka tanınırlığını artırmakla kalmayıp aynı zamanda izleyiciler arasında güven ve itibar oluşturmaktadır. Ayrıca, logolar ve görsel tasarım gibi unsurlar, tüketici tutumlarını ve markaya yönelik algılarını önemli ölçüde etkilemektedir (Yu, 2024).

Kurumsal kimlik, yayıncılık sektöründe tüketici davranışını ve pazar konumlandırmasını etkilemek için önemlidir. İyi tanımlanmış bir kurumsal kimlik, bir yayınevini rakiplerinden ayırmakta ve sadık bir okuyucu kitlesi çekebilmektedir. Kurumsal kimliğin etkili yönetimi, yayınevlerinin hedef kitleyle uyumlu olan ve marka imajını pekiştiren bir durum oluşturmaya olanak tanımaktadır. (Abdullah ve Aziz, 2013). Bu benzersizlik durumu, kalıcı bir izlenim yaratmak ve rekabetçi yayıncılık ortamında güçlü bir marka itibarını inşa etmek için önem taşımaktadır. Sonuç olarak, kurumsal kimlik, yayınevlerinin algısını, itibarını ve başarısını önemli ölçüde şekillendirmektedir. Kurumsal kimliğin stratejik yönetimi, yayınevlerinin sağlam bir marka varlığı oluşturmalarını, paydaş katılımını artırmasını ve rekabetçi bir sektörde kendilerini farklılaştırmasını sağlamaktadır. Kurumsal kimliği organizasyonel değerler ve pazar konumlandırması ile uyumlu hale getirmek, günümüzün dinamik ve dijital odaklı ortamında dirençli ve saygın bir yayıncılık markası inşa etmek için esastır.

### 2.3. Kitap Kapaklarının Kurumsal Kimlikteki Yeri

Kitap kapakları, yayınevleri için kurumsal kimlik tasarımında önemli bir rol oynamaktadır. Okuma motivasyonu, okuma zevki ve içeriğin kişisel önemi gibi içsel faktörler tarafından etkilenirken, kitap kapakları okuyucuları çekebilecek ve kitap hakkında temel bilgileri iletebilecek önemli bir dış faktör olarak hizmet etmektedir (Becker vd., 2010). Araştırmalar, kitap kapaklarının yayıncılar ile deneyimli okuyucular arasında örtük bir sinyal sistemi olarak işlev gördüğünü, tür tanıma ve okuyucu tercihleri üzerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Gudinavicius & Suminas, 2017). Bu etkileşim, okuyucuların ilgisini çekmek ve beklentileriyle uyum sağlamak için görsel açıdan çekici ve türe uygun kapakların önemini vurgulamaktadır.

Kitap kapaklarının kurumsal kimlik tasarımındaki önemi, kitabın içeriği ve türü hakkında bilgi verme rolleriyle daha da vurgulanmaktadır. Yayıncılar, kitap kapaklarını okuyucuları çekmek, kitabın teması hakkında görsel ipuçları sağlamak ve piyasadaki diğer başlıklardan ayırt etmek için bir araç olarak kullanılmaktadırlar (Knowlton & Hackert, 2015). Etkili kitap kapağı

tasarımı, bir kitabın estetik çekiciliğini artırmakla kalmayıp aynı zamanda okuyucuların algılarını ve kitap seçimi konusundaki kararlarını da etkilemektedir (Dixon vd., 2015). Yayınevleri, kitap kapaklarının görsel unsurlarını tür ve hedef kitle ile uyumlu hale getirerek marka kimliklerini güçlendirebilmekte ve piyasada tutarlı ve tanınabilir bir imaj oluşturabilmektedir. Kitap kapakları yayınevlerinin genel markalaşma stratejisine katkıda bulunarak markanın ve değerlerinin görsel bir temsilini sağlamaktadır. Kurumsal markalar tüketicilere belirli bir kimlik ve mesaj iletmeyi amaçladığı gibi, kitap kapakları da bir kitabın ve onu yayımlayan yayınevinin özünü temsil etmede benzer bir rol oynamaktadır. Tutarlı ve iyi tasarlanmış kitap kapakları, marka tanınırlığını sağlamaya, okuyucularla güven oluşturmaya ve yayınevini rekabetçi bir piyasada farklılaştırmaya yardımcı olmaktadır (Sevel vd., 2018). Marka kimliği unsurlarını kitap kapağı tasarımına entegre ederek, yayınevleri marka imajlarını pekiştirebilir ve kitap portföyleri genelinde tutarlı bir görsel kimlik oluşturabilirler.

Edebiyat ve kurgu bağlamında kitap kapakları, okuyucuları çekmek ve anlatım deneyimi için bir ton belirlemede birlikte rol oynamaktadır. Kitap kapağı tasarımındaki üslup ve yapısal seçimler, genel okuma deneyimine katkıda bulunmakta ve okuyucuların içeriğe ilişkin beklentilerini şekillendirmektedir. Kitap kapakları yalnızca okuyucuları cezbetmek için pazarlama araçları olarak değil, aynı zamanda kitabın temalarını, karakterlerini ve atmosferini görsel olarak temsil eden unsurlar olarak da hizmet etmektedir. İyi tasarlanmış bir kitap kapağı, duyguları uyandırabilir, türe özgü ipuçları verebilir ve okuyucuyla bir bağ kurarak okuma deneyimini artırabilir. Ayrıca, kitap kapakları tüketici davranışlarını ve satın alma kararlarını etkilemektedir. Bu nedenle yayınevlerinin pazarlama ve satış stratejilerinin kritik bir bileşenidir. Araştırmalar, kitap kapaklarının kütüphane kullanıcılarını kitapları ödünç almaya teşvik ettiğini göstermiştir, bu durum kapakların okuyucuları çekmede ve içeriğe ilgi yaratmadaki önemli rolünü işaret etmektedir (Knowlton & Hackert, 2015). Yayıncılar ve grafik tasarımcılar, potansiyel okuyucuları cezbetmek, kalabalık kitapçılarda veya çevrimiçi platformlarda görünürlüğü ve nihayetinde satışları artırmak için kitap kapaklarının görsel çekiciliğini ve bilgi içeriğini kullanırlar (Dixon vd, 2015). Bir yayınevinin genel kurumsal kimliğinin bir parçası olarak kitap kapaklarının stratejik tasarımı, kitap satışları ve piyasa başarısı üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabilmektedir. Sonuç olarak, kitap kapakları, yayınevleri için kurumsal kimlik tasarımında çok yönlü bir rol oynamakta ve marka değerlerini ileten, okuyucuları çeken ve kitapları rekabetçi bir pazarda farklılaştıran görsel elçiler olarak hizmet etmektedir. Yayınevleri, kitap kapaklarını tür beklentileri, hedef kitle tercihleri ve marka kimliği ile uyumlu olacak şekilde stratejik olarak tasarlayarak piyasa varlıklarını güçlendirebilir, okuyucuların ilgisini çekebilir ve güçlü ve tanınabilir bir marka imajı oluşturabilirler. Kitap kapağı tasarımını kurumsal kimliğin ayrılmaz bir parçası olarak dikkatlice ele almak, dinamik ve gelişen yayıncılık sektöründe yayınevlerinin genel başarısına ve itibarına katkıda bulunabilir.

### 3. KİTAP KAPAKLARINDA DEVAMLILIK

Kitap kapakları, okuyucu algısı, pazarlama ve marka imajı çerçevesinde kritik bir rol oynamakta ve kalabalık kitap piyasasında yayıncılara rekabet avantajı sağlamaktadır. Noorda'nın (2019) araştırması, kitap kapaklarının, okuyucuları kitap satın almaya ikna etmek ve satın alma kararlarını etkilemek için kitabın markasını iletmek suretiyle pazarlama amacıyla hizmet ettiğini vurgulamaktadır. Kitap kapaklarının yayıncılar ve deneyimli okuyucular arasında bir sinyalleşme sistemi olarak hareket ettiğini, tür bilgisini ve satın alma kararlarını etkilediği vurgulanmaktadır. Ayrıca, Knowlton ve Hackert (2015), kitap kapaklarının sadece okuyucuları çekmekle kalmayıp aynı zamanda kitabın içeriği hakkında bilgilendirdiğini, bu durumun genel okuma deneyimine değer kattığını belirtmektedir. Ayrıca, Vanderschantz ve Timpany (2013), kitap kapaklarının

okuyucularla iletişim kurmanın çeşitli yollarını açıklar: alegorik anlatılar, kategorizasyon veya kimlik aracılığıyla, tüm bunlar kitabın pazarlanabilirliği ve çekiciliğine katkıda bulunur.

Markalama ve pazarlama bağlamında, yayıncıların tanınma ve tüketici sadakatini artırmak için marka stratejileri geliştirmeleri gerekmektedir. Bu durum, kitap kapaklarının sadece görsel unsurlar olmadığını, aynı zamanda kitabın marka kimliğinin ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermektedir. Dahası, kapak tasarımının tüketici kararlarını etkileyebileceğini gösteren faktörler arasında mevcut kitap versiyonları yani ciltli veya karton kapaklı olması gibi etmenlerin bulunduğunu belirtilmektedir (Demina & Ozhegov, 2017). Wells ve diğerlerinin (2012) bir karton kapaklı kitabın karbon ayak izi değerlendirmesi üzerine yaptığı çalışma, kitap üretimi ile ilgili çevresel faktörleri, kapak materyallerini de içeren bir biçimde aydınlatır. Bu durum, kitap kapaklarının görsel çekiciliğinden etkilenen okuyucuların yanı sıra sürdürülebilirlik faktörlerinden de etkilendiğini göstererek, kitap piyasasında çevre bilincine sahip tüketici davranışına doğru bir değişimin işaretini vermektedir.

Sonuç olarak, kitap kapakları sadece estetikten öte güçlü pazarlama araçları olarak hizmet etmekte ve okuyucu algılarını şekillendirme, satın alma kararlarını etkileme ve bir kitabın marka imajına katkıda bulunma konusunda kilit bir rol oynamaktadır. Yayıncılar ve grafik tasarımcılar, okuyucuları çekmenin yanı sıra kitabın özünü iletme ve rekabetçi bir pazar manzarasında farklılaştırmak için kitap kapaklarını stratejik olarak tasarlamalıdır.

### 3.1. Yayınevi Kurumsal Kimliği ve Kitap Kapaklarında Devamlılığın Unsurları

Kitap kapakları, yayınevlerinin kurumsal kimliğini yansıtmak ve yayınları arasında sürekliliği sağlamak açısından önem taşımaktadır. Kitap kapaklarında renklerin ve temaların seçimi, okuyucu algısını ve marka imajını etkileyen stratejik bir karardır. Çünkü renk, insan beyninde uyanan bir duygudur (Bilirdönmez, 2017). Gudiničius & Šuminas (2017) tarafından yapılan araştırma, bir kitap kapağının renginin okuyucunun kitap tercihinde etkili olabileceğini göstermiştir ve bu durum, kitap kapak tasarımında renk seçiminin önemini vurgulamaktadır. Ek olarak, Park ve diğerleri (2023) tarafından yapılan çalışma, kitap kapak tasarımında renk dahil görsel unsurların, okuyucuları çeken güçlü uyaranlar olarak önemini vurgulamaktadır. Kurumsal kimliğin yönetimi tartışılmakta ve yayınevlerinin paydaşlarıyla etkili iletişim kurmak için yayınlarında tutarlı bir görsel kimlik gerekliliği vurgulanmaktadır. Bu görsel unsurlardaki tutarlılık, renk seçimi de dahil olmak üzere, güçlü bir kurumsal marka imajı oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca, Miyazono ve diğerleri (2021) tarafından yapılan araştırma, kitap kapak tasarımında tipografinin önemini vurgulamakta ve yazı karakteri stiline bir kitabın genel hissini iletmede kritik bir rol oynadığını belirtmektedir. Bu durum, renk seçimiyle birleştiğinde, bir yayınevinin kurumsal kimliğinin bütünsel görsel temsiline katkıda bulunmaktadır. Ek olarak, Kachorsky & Reid (2020) tarafından yapılan çalışma, kitap kapaklarını birbirine bağlamak için marka oluşturma, renk şemaları ve görsel unsurların kullanımını vurgulamakta ve bu unsurların yayınlar arasında bir süreklilik hissi yaratmaya katkıda bulunduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, kitap kapaklarında renklerin ve temaların seçimi, yayınevinin kurumsal kimliğinin stratejik bir bileşeni olup, marka imajına katkıda bulunmakta ve yayınlar arasında sürekliliği sağlamaktadır. Yayınevleri, renkleri, temaları ve görsel unsurları dikkatlice seçerek, okuyucular ve paydaşlarla yankı uyandıran tutarlı ve tanınabilir bir marka kimliği oluşturabilirler.

Kurumsal görsel kimlik, bir organizasyonun izleyicileri tarafından nasıl algılandığını etkileyen temel bir unsurdur. Bu kimlik, logolar, sloganlar, renkler ve tipografi gibi çeşitli öğeleri içermektedir. Tipografi, kurumsal marka kimliğinin önemli bir bileşeni olarak, organizasyonun değerlerini ve karakterini iletme için kullanılır (Magrath & McCormick, 2013). Kitap kapakları

bağlamında, tipografi tasarımcıları ve dizgiciler bu unsurları kitabın içeriğini görsel olarak temsil edecek şekilde tasarlarlar ve bu tasarımlar, görsel çekiciliği artırarak satışları yükseltmeyi amaçlar.

Tipografinin stratejik kullanımı, diğer görsel ipuçlarıyla birlikte, bir organizasyonu diğerlerinden ayırmak ve paydaşlara kalite ve statü hissi aktarmak için öneme sahiptir. Tipografi stilleri, renkler ve isimler gibi görsel bileşenler, organizasyonun felsefesini ve niteliklerini etkili bir şekilde iletmek için kullanılır ve böylece kurumsal görsel kimliği şekillendirir. Ayrıca, kurumsal görsel kimlik sistemleri, organizasyonun adını, sloganını, logosunu, rengini ve tipografisi gibi unsurları içerir ve bu unsurlar, organizasyonun değerlerini ve misyonunu dış dünyaya aktarır (Skorczyńska, 2020).

Grafik tasarım alanında, tipografi, markalaşma, kurumsal kimlik ve kitap tasarımı gibi diğer alanlarla birlikte önemli bir alt disiplin olarak yer almaktadır. Kitaplarda yazı tipi ve boyutu gibi dış yapısal öğelerin titizlikle seçilmesi, içeriğin genel çekiciliğine ve alıcının kitabı nasıl algıladığına katkıda bulunur (Karaköse & Kodan, 2021). Ayrıca, tipografi gibi görsel kimlik unsurlarının tüketici tutumları üzerindeki etkisi kapsamlı bir şekilde araştırılmış olup, marka farkındalığı, sadakati ve olumlu algılar üzerinde önemli etkileri olduğu gösterilmiştir. Özetle, tipografi, kurumsal görsel kimlik, markalaşma ve kitap tasarımında kritik bir rol oynamakta olup, organizasyonel değerleri iletmeye ve hedef kitleye görsel çekicilik kazandırmada kilit bir unsur olarak hizmet vermektedir.

Bir yayınevi kurumsal kimliği geliştirirken ve kitap kapaklarında sürekliliği sağlarken, kurumsal kimlik ve markalaşmanın çeşitli yönlerini göz önünde bulundurmaya önem taşımaktadır. Kurumsal kimlik, bir organizasyonun temel, ayırt edici ve kalıcı özelliklerini kapsamaktadır. Bu, logo, tasarım tarzı ve görsel tanımlama gibi unsurları içermekte ve tutarlı bir marka imajı oluşturmada önem taşımaktadır (Riel & Balmer, 1997). Ayrıca, kurumsal kimlik ve kurumsal markalaşma birbiriyle yakından ilişkilidir ve organizasyonun algısını şekillendirmede önemli rol oynamaktadır (Melewar & Karaosmanoğlu, 2006). Kitap kapakları, bir yayınevinin görsel kimliğinin önemli bir parçası olarak özel olarak tasarlanır ve genellikle belirli türlere göre uyarlanmış bilgileri okuyuculara iletmek için kullanılır. Kitap kapaklarındaki tasarım unsurları, tipografi, görseller ve renk düzenleri gibi, yayınevinin genel marka imajına katkıda bulunur. Bu tasarım unsurlarının farklı kitap kapaklarında tutarlılığı, okuyucular arasında güçlü bir marka varlığı ve tanınabilirlik oluşturmaya yardımcı olur.

Kurumsal iletişimde kurumsal kimliğin stratejik önemi göz ardı edilemez (Balmer, 2017). Organizasyonlar, değerlerini ve mesajlarını paydaşlara etkili bir şekilde iletebilmek için tutarlı markalaşma ve görsel unsurlar aracılığıyla bunu başarır. Kitap kapakları bağlamında, kurumsal görsel kimlik sistemleri kullanımı, farklı kitap kapakları arasında tutarlı bir görsel kimlik sağlamada önemli bir rol oynayabilir. Tutarlı tasarım unsurlarının kullanılması ve görsel ipuçlarıyla birlikte, yayınevleri marka imajlarını pekiştirebilir ve okuyucularla rezonans sağlayan bir süreklilik hissi yaratabilirler. Bir yayınevi için logo, tasarım unsurları ve marka stratejileri dahil olmak üzere iyi tanımlanmış bir kurumsal kimlik, güçlü bir marka imajı oluşturmak için kritik öneme sahiptir. Kurumsal kimlik tasarımı ve diğer marka stratejileri aracılığıyla kitap kapaklarındaki tasarım unsurlarında sürekliliği sağlayarak, yayınevleri marka tanınırlıklarını artırabilir ve okuyucular üzerinde kalıcı bir izlenim bırakabilirler.

### 3.2. Yayınevleri İçin Kitap Kapaklarında Devamlılığı Sağlama Stratejileri

Kitap kapaklarında tutarlılığı sağlamak için yayınevleri, farklı kitap serileri ve baskıları arasında tutarlı bir görsel kimliği korumaya odaklanan çeşitli stratejiler benimseyebilir. Etkili bir yaklaşım, tüm kitap kapaklarında tutarlı bir şekilde kullanılacak tipografi, renk şemaları ve sayfa düzeni ilkeleri gibi belirli öğelerin ana hatlarını çizen tasarım yönergeleri oluşturmaktır (Wantoro,

2020). Yayıncılar, bu tasarım standartlarını tanımlayarak her kitap kapağının genel marka imajıyla uyumlu olmasını ve okuyuculara birlik ve tutarlılık duygusu aktarmasını sağlayabilir. Ayrıca, yayınevleri uyumlu bir tasarım temasına sahip bir dizi kitap oluşturarak tutarlılığı artırabilirler. Bu yaklaşım, farklı sanatçılar tarafından farklı stillerde oluşturulan illüstrasyonlar olsa bile, birden fazla kitapta birleşik bir görsel kimliği korumak için tasarımsal ve yapısal çözümler analiz etmeyi ve uygulamayı içerir. Kitap serilerinde düzen ve tasarım unsurlarını uyumlu hale getirerek, yayınevleri tanınabilirliği artırabilir ve koleksiyon için güçlü bir görsel kimlik oluşturabilirler.

Kitap kapaklarında sürekliliği sağlamanın başka bir stratejisi, her kitabın türü, teması veya hedef kitleyle uyumlu grafik stillerinin ve desenlerinin seçimine dikkat etmektir. Yazı, görsel ve renk gibi tasarım unsurları, kitabın özünü iletmekte ve potansiyel okuyucuları çekmede kritik bir rol oynamaktadır (Vanderschantz ve Timpany, 2013). Bu grafik stillerini ve desenlerini dikkatlice seçerek, yayınevleri içeriğe uygun ve hedef kitlenin ilgisini çekebilecek görsel olarak çekici kapaklar oluşturabilirler. Ayrıca, yayınevleri grafik tasarımcıların uzmanlığını kullanarak, belirlenen tasarım kılavuzlarına uygun şekilde görsel olarak etkileyici kitap kapakları geliştirebilirler (Wantoro, 2020). Grafik tasarımcılar, kitabın özünü kapak üzerinde çarpıcı bir görsel oluşturma konusunda önemli bir rol oynarlar; tipografi, görsellik ve düzen gibi unsurları kullanarak içeriğin özünü yakalarlar.

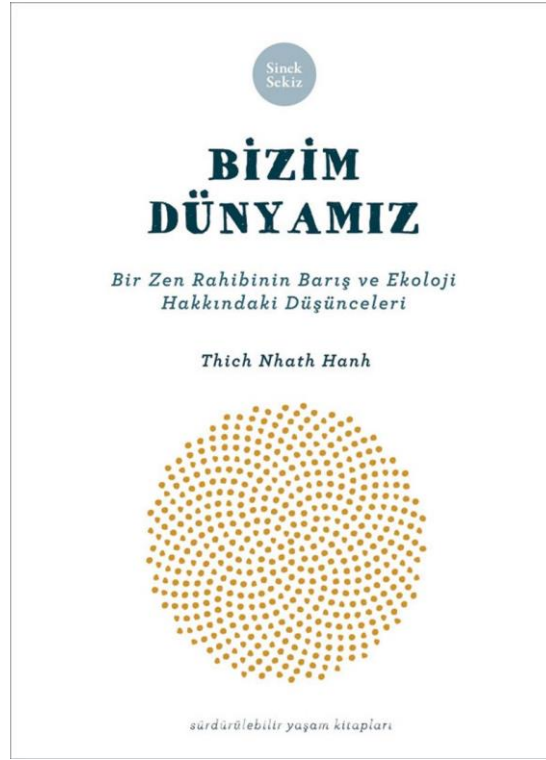
Ayrıca, yayınevleri hedef kitle ile iletişim kurma konusundaki kitap kapaklarının etkinliğini değerlendirmek için içerik analizleri yapabilirler (Kachorsky & Reid, 2020). Kapakların semiyotik ve görsel unsurlarını inceleyerek, yayınevleri okuyucuların tasarım seçimlerini nasıl algıladığını ve yorumladığını anlayabilirler. Bu analitik yaklaşım, yayınevlerine kapak tasarımları hakkında bilinçli kararlar almalarını sağlar, böylece tasarımların hedef kitleyle rezonans sağlamasını ve kitabın içeriğini etkili bir şekilde iletmelerini sağlar. Genel olarak, tasarım kılavuzlarını uygulamak, tutarlı kitap serileri oluşturmak, uygun grafik stillerini seçmek, grafik tasarımcılarla çalışmak ve içerik analizleri yapmak gibi yöntemlerle, yayınevleri kitap kapaklarında sürekliliği sağlayabilir, görsel kimliklerini güçlendirebilir ve yayınlarının genel çekiciliğini artırabilirler.



#### 4. BULGULAR VE YORUMLAR

##### 4.1. Sinek Sekiz Yayınevi

##### 4.1.1. Bizim Dünyamız Kitap Kapağı Analizi



Görsel 1. Sinek Sekiz Yayınları, Bizim Dünyamız Kitap Kapağı

**Kaynak:** (sineksekiz.wordpress.com)

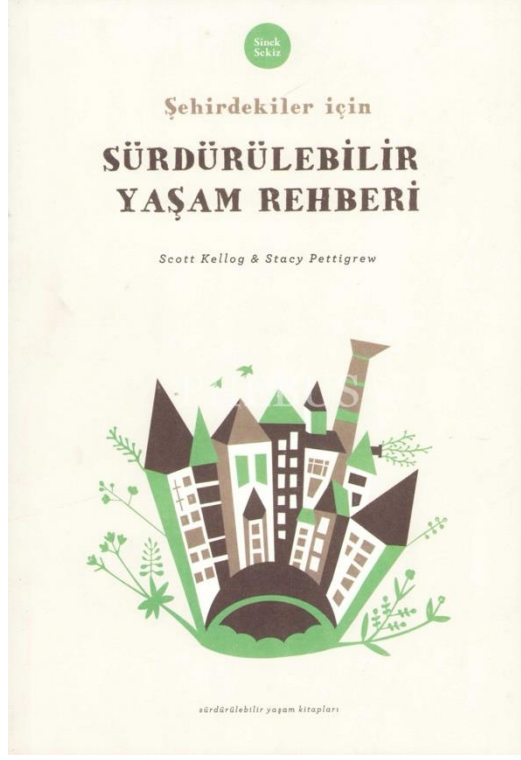
Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde kitap kapağı tasarımı oldukça sade ve minimalist bir tarzda yapılmıştır. Bu sadelik, kapağa sakin ve huzurlu bir atmosfer kazandırmaktadır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapağa görsel bir uyum kazandırmaktadır. Kapakta kullanılan renkler, beyaz, siyah ve gridir. Bu renkler, sade ve zarif bir görünüm oluşturmaktadır. Kitap adı olan "Bizim Dünyamız" yazısı, büyük bir puntoda ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapağın dikkat çekici bir unsur olmasını sağlar.

Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde kitap Thich Nhat Hanh tarafından yazılmıştır. Thich Nhat Hanh, bir Zen rahibidir ve barış ve ekoloji konusunda uzmanlaşmıştır. Kitap kapağı tasarımı, Thich Nhat Hanh'in bu uzmanlık alanlarını yansıtmaktadır. Kitap Sinek Sekiz Yayınları tarafından basılmıştır. Sinek Sekiz Yayınları, felsefe, edebiyat ve sosyal bilimler alanlarında kitaplar yayınlayan bir yayınevidir. Kitap kapağı tasarımı, Sinek Sekiz Yayınları'nın kurumsal kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır. Bizim Dünyamız kitap kapağı tasarımı, sade ve zarif bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Kitap kapağı tasarımı, Thich Nhat Hanh'in uzmanlık alanlarını ve Sinek Sekiz Yayınları'nın kurumsal kimliğini yansıtmaktadır.

Kitap kapağı tasarımı, Thich Nhat Hanh'in barış ve ekoloji konusundaki mesajlarını iletmek için etkili bir araçtır. Tasarım, Sinek Sekiz Yayınları'nın felsefe, edebiyat ve sosyal bilimler alanlarında uzmanlaşmış bir yayınevi olduğunu göstermektedir. Kitap kapağı tasarımı, minimalist bir tarzda yapılmıştır. Bu sadelik, kapağa sakin ve huzurlu bir atmosfer kazandırmaktadır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapağa görsel bir uyum kazandırmaktadır. Renkler ve tipografi, kitabın içeriğine uygun bir şekilde

seçilmiştir. Bizim Dünyamız kitap kapağı tasarımı, başarılı bir grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmasıdır. Tasarım, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde iletmektedir.

#### 4.1.2. Şehirdekiler İçin Sürdürülebilir Yaşam Rehberi Kitap Kapağı Analizi



**Görsel 2.** Sinek Sekiz Yayınları, Şehirdekiler İçin Sürdürülebilir Yaşam Rehberi Kitap Kapağı

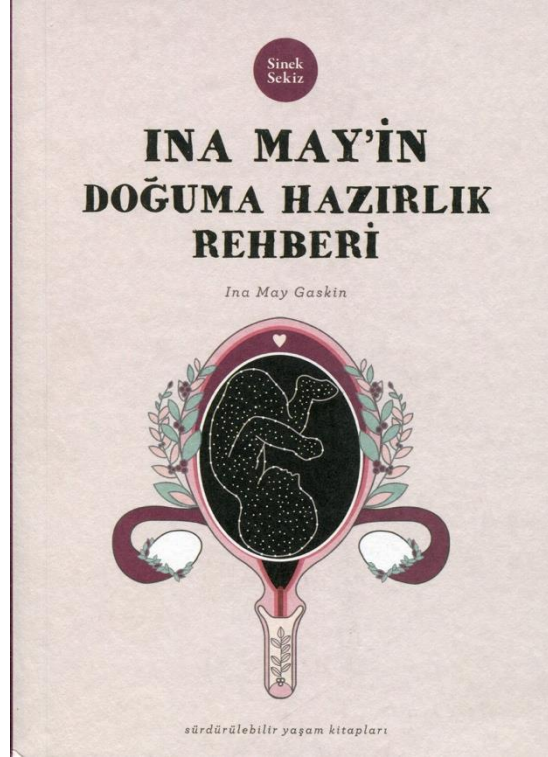
**Kaynak:** (sineksekiz.wordpress.com)

Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde kitap kapağı tasarımı oldukça sembolik bir tarzda yapılmıştır. Tasarımda yer alan şemsiye ve kale, sürdürülebilir yaşamın temel unsurlarını temsil etmektedir. Kapakta kullanılan renkler, mavi, yeşil ve beyazdır. Bu renkler, doğayı ve sürdürülebilirliği simgelemektedir. Kitap adı olan "Şehirdekiler İçin Sürdürülebilir Yaşam Rehberi" yazısı, büyük ve kalın bir font ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapağın dikkat çekici bir unsur olmasını sağlar. Kapakta şehri gösteren bir illüstrasyon bulunmaktadır. Bu illüstrasyon, kitabın içeriğini ve mesajını görsel olarak temsil etmektedir.

Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde, kitap Scott Kellog ve Stacy Pettigrew tarafından yazılmıştır. Scott Kellog ve Stacy Pettigrew, sürdürülebilir şehir yaşamı konusunda uzmanlaşmış yazarlardır. Kitap kapağı tasarımı, yazarların bu uzmanlık alanlarını yansıtmaktadır. Kitap Sinek Sekiz Yayınları tarafından basılmıştır. Sinek Sekiz Yayınları, felsefe, edebiyat ve sosyal bilimler alanlarında kitaplar yayınlayan bir yayınevidir. Kitap kapağı tasarımı, Sinek Sekiz Yayınları'nın kurumsal kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır.

Şehirdekiler İçin Sürdürülebilir Yaşam Rehberi kitap kapağı tasarımı, sembolik ve mesaj odaklı bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, sürdürülebilir yaşamın temel unsurlarını ve mesajını etkili bir şekilde temsil etmektedir. Kitap kapağı tasarımı, Scott Kellog ve Stacy Pettigrew'in uzmanlık alanlarını ve Sinek Sekiz Yayınları'nın kurumsal kimliğini yansıtmaktadır. Şehirdekiler İçin Sürdürülebilir Yaşam Rehberi kitap kapağı tasarımı, başarılı bir grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmasıdır. Tasarım, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde iletmektedir.

#### 4.1.3. Ina May'in Doğuma Hazırlık Rehberi Kitap Kapağı Analizi



Görsel 3. Sinek Sekiz Yayınları, Ina May'in Doğuma Hazırlık Rehberi Kitap Kapağı

**Kaynak:** (sineksekiz.wordpress.com)

Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde kitap kapağı tasarımında, bir anne rahmindeki bebeği tasvir eden bir illüstrasyon yer almaktadır. Kapakta kullanılan renkler, pembe, yeşil ve beyaz tonlarındadır. Bu tonlar, doğaya ve anneliğe bir göndermedir. Kitap adı olan "Ina May'in Doğuma Hazırlık Rehberi" yazısı, büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapağın dikkat çekici bir unsur olmasını sağlar.

Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde, kitap Ina May Gaskin tarafından yazılmıştır. Ina May Gaskin, deneyimli bir ebe ve doğal doğum savunucusudur. Kitap kapağı tasarımı, yazarın uzmanlık alanlarını yansıtmaktadır. Kitap Sinek Sekiz Yayınları tarafından basılmıştır. Sinek Sekiz Yayınları, felsefe, edebiyat ve sosyal bilimler alanlarında kitaplar yayınlayan bir yayınevidir. Kitap kapağı tasarımı, Sinek Sekiz Yayınları'nın kurumsal kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır.

Ina May'in Doğuma Hazırlık Rehberi kitap kapağı tasarımı, duygusal ve mesaj odaklı bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, doğumun doğal ve güzel bir deneyim olduğunu vurgulamaktadır. Kitap kapağı tasarımı, Ina May Gaskin'in uzmanlık alanlarını ve Sinek Sekiz Yayınları'nın kurumsal kimliğini yansıtmaktadır. Kitap kapağı tasarımı, Ina May Gaskin'in doğal doğum konusundaki mesajlarını iletmek için etkili bir araçtır. Tasarım, Sinek Sekiz Yayınları'nın felsefe, edebiyat ve sosyal bilimler alanlarında uzmanlaşmış bir yayınevi olduğunu göstermektedir. Tasarım, duygusal ve mesaj odaklı bir tarzda yapılmıştır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Renkler ve tipografi, kitabın içeriğine uygun bir şekilde seçilmiştir. Ina May'in Doğuma Hazırlık Rehberi kitap kapağı tasarımı, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde iletmektedir.

#### 4.1.4. Sinek Sekiz Yayınevi Kitap Kapakları Analizi

Bizim Dünyamız, Şehirdekiler İçin Sürdürülebilir Yaşam Rehberi ve Ina May'in Doğuma Hazırlık Rehberi kitaplarının kapak tasarımları, her birinin kendine özgü unsurları barındırsa da, ortak noktalar da taşımaktadır.

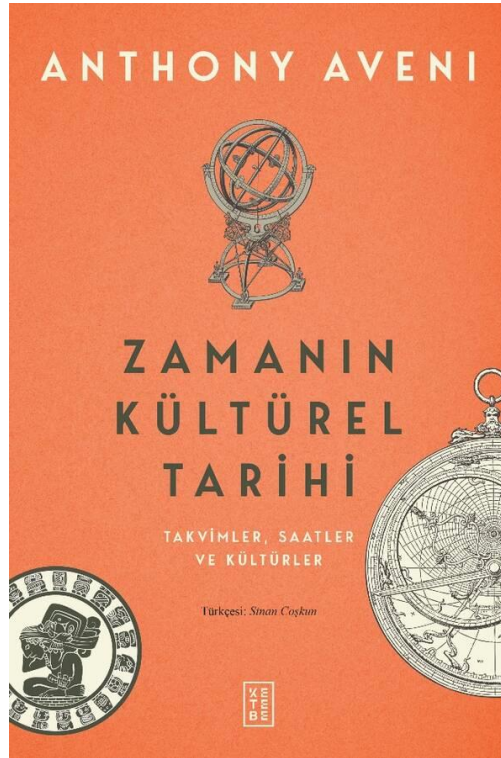
Ortak özellikler: Sadelik: üç kitap kapağı tasarımı da sade ve minimalist bir tarzda tasarlanmıştır. Bu sadelik, tasarımlara sakin ve huzurlu bir atmosfer kazandırmaktadır. Karmaşık unsurların kullanılmaması, kapaklardaki mesajın daha net ve kolay anlaşılır olmasını sağlar. Denge: tasarımlarda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, görsel bir ahenk oluşturarak kapaklara estetik bir değer katmaktadır. Renk kullanımı: Her üç tasarımda da doğayı ve sürdürülebilirliği çağrıştıran pastel tonlardaki mavi, yeşil ve beyaz renkleri ön plandadır. Bu renk paleti, kitapların içeriğiyle uyumlu bir atmosfer oluşturmaktadır. Tipografi: kitap adları, büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu sayede, kapaklar ilk bakışta dikkat çekici hale gelmektedir. Tipografinin sade ve modern olması, tasarımların zamansız bir görünüm kazanmasını sağlar.

Üç kitap kapağı tasarımı da, grafik tasarım ve kurumsal kimlik ilkelerine uygun bir şekilde hazırlanmıştır. Tasarımlar, kitapların içeriklerini ve mesajlarını etkili bir şekilde yansıtmaktadır. Kullanılan sadelik, denge ve renk paleti, tasarımlara estetik bir değer katmaktadır. Farklı temalar ve görsel unsurlar, her kitabın özgün kimliğini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak bu üç kitap kapağı tasarımı, grafik tasarım ve kurumsal kimlik uygulamalarının başarılı örnekleri olarak değerlendirilebilir. Tasarımlar, sadelik, denge, renk kullanımı ve tipografi gibi unsurları kullanarak kitapların mesajlarını ve kimliklerini etkin bir şekilde iletmektedir.

#### 4.2. Ketebe Yayınları

##### 4.2.1. Zamanın Kültürel Tarihi Kitap Kapağı Analizi



Görsel 4. Ketebe Yayınları, Zamanın Kültürel Tarihi Kitap Kapağı

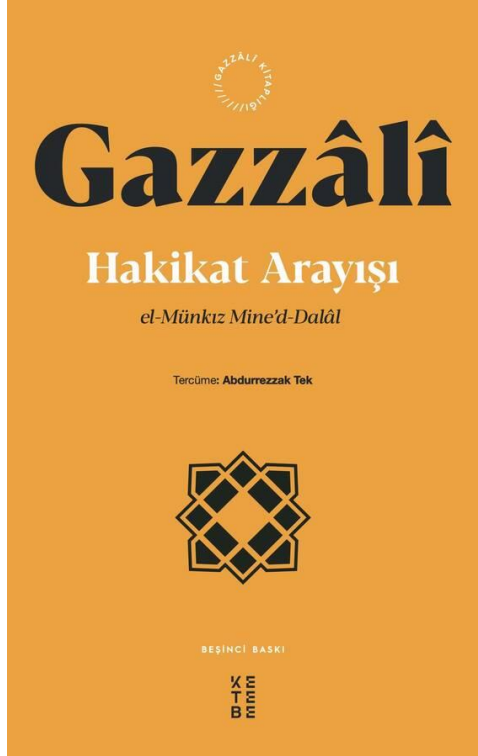
Kaynak: (ketebe.com)

Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde kitap adı olan "Zamanın Kültürel Tarihi" ve yazarın adı olan "Anthony Aveni" büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapağın dikkat çekici bir unsur olmasını sağlamaktadır. Kapakta kullanılan renkler, turuncu, siyah, beyaz ve gridir. Bu renkler ve oluşturduğu kontrast, sade ve zarif bir görünüm oluşturmaktadır. Kapakta, bir saatin içinde yer alan farklı kültürlere ait saat ve takvim sembollerinin yer aldığı illüstrasyonlar bulunmaktadır. Bu illüstrasyonlar, kitabın içeriğini ve mesajını görsel olarak temsil etmektedir. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapağa görsel bir uyum kazandırmaktadır.

Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde, Kitap Anthony Aveni tarafından yazılmıştır. Anthony Aveni, bir arkeolog ve gökbilimci olarak tanınmaktadır. Kitap kapağı tasarımı, yazarın uzmanlık alanlarını yansıtmaktadır. Kitap Ketebe Yayınları tarafından basılmıştır. Ketebe Yayınları, arkeoloji, tarih, din ve felsefe alanlarında kitaplar yayınlayan bir yayınevidir. Kitap kapağı tasarımı, Ketebe Yayınları'nın kurumsal kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır.

Zamanın Kültürel Tarihi kitap kapağı tasarımı, sade ve zarif bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde temsil etmektedir. Kitap kapağı tasarımı, Anthony Aveni'nin uzmanlık alanlarını ve Ketebe Yayınları'nın kurumsal kimliğini yansıtmaktadır. Genel olarak Zamanın Kültürel Tarihi kitap kapağı tasarımı, başarılı bir grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmasıdır. Tasarım, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde iletmektedir.

#### 4.2.2. Gazzâlî - Hakikat Arayışı Kitap Kapağı Analizi



Görsel 5. Ketebe Yayınları, Gazzâlî – Hakikat Arayışı Kitap Kapağı

**Kaynak:** (ketebe.com)

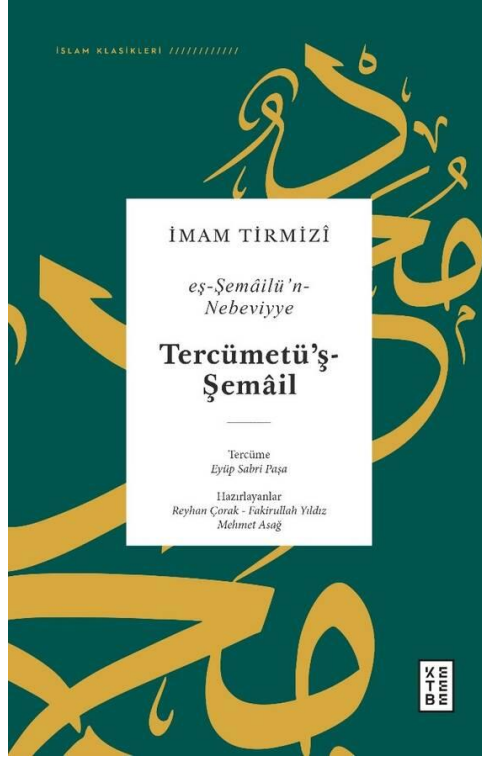
Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde, kitap adı olan "Hakikat Arayışı" ve yazarın adı olan "İmam Gazzâlî" büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapağın dikkat çekici bir unsur olmasını sağlar. Kapakta kullanılan renkler, turuncu, siyah ve beyazdır. Sarı renk, aydınlık ve bilgeliği temsil ederken, siyah renk gizem ve derinliği temsil etmektedir. Beyaz renk ise saflığı ve aydınlığı sembolize eder. Kapakta, bir geometrik desen

bulunmaktadır. Geometrik desen hakikatin gizemli ve karmaşık doğasını sembolize etmektedir. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapağa görsel bir uyum kazandırmaktadır.

Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde, kitap İmam Gazâlî tarafından yazılmıştır. İmam Gazâlî, İslam felsefesi ve teolojisinin önemli isimlerinden biridir. Kitap kapağı tasarımı, yazarın uzmanlık alanlarını ve felsefi görüşlerini yansıtmaktadır. Kitap, Ketebe Yayınları tarafından basılmıştır. Ketebe Yayınları, arkeoloji, tarih, din ve felsefe alanlarında kitaplar yayınlayan bir yayınevidir. Kitap kapağı tasarımı, Ketebe Yayınları'nın kurumsal kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır.

Gazzâlî - Hakikat Arayışı kitap kapağı tasarımı, sade ve zarif bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde temsil etmektedir. Kitap kapağı tasarımı, İmam Gazâlî'nin uzmanlık alanlarını ve Ketebe Yayınları'nın kurumsal kimliğini yansıtmaktadır. Tasarım, sade ve zarif bir tarzda yapılmıştır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Renkler ve tipografi, kitabın içeriğine uygun bir şekilde seçilmiştir. Gazzâlî - Hakikat Arayışı kitap kapağı tasarımı, başarılı bir grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmasıdır. Tasarım, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde iletmektedir.

#### 4.2.3. Tercümetü'ş Şemâil - Eş-Şemâilü'n-Nebeviyye Kitap Kapağı Analizi



Görsel 6. Ketebe Yayınları, Tercümetü'ş Şemâil - Eş-Şemâilü'n-Nebeviyye Kitap Kapağı

Kaynak: (ketebe.com)

Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde, kitap adı olan "Tercümetü'ş Şemâil" ve yazarın adı olan "İmam Tirmizi" büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapağın dikkat çekici bir unsur olmasını sağlar. Kapakta kullanılan renkler, yeşil, açık kahverengi ve beyazdır. Yeşil renk, İslam dinini ve peygamberliği temsil ederken, kahverengi renk sadelik ve doğallığı sembolize etmektedir. Beyaz renk ise saflığı ve aydınlığı sembolize eder. Kapak zemininde, Arapça hat yazısı yer almaktadır. Arapça yazı, kitabın içeriğini ve yazarını temsil etmektedir. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapağa görsel bir uyum kazandırmaktadır.

Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde, kitap İmam Tirmizi tarafından yazılmıştır. İmam Tirmizi, hadis derlemesiyle tanınan bir İslam alimidir. Kitap kapağı tasarımı, yazarın uzmanlık alanlarını ve İslami değerleri yansıtmaktadır. Kitap Ketebe Yayınları tarafından basılmıştır. Ketebe Yayınları, arkeoloji, tarih, din ve felsefe alanlarında kitaplar yayımlayan bir yayınevidir. Kitap kapağı tasarımı, Ketebe Yayınları'nın kurumsal kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır.

Tercümetü'ş Şemail kitap kapağı tasarımı, sade ve geleneksel bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde temsil etmektedir. Kitap kapağı tasarımı, İmam Tirmizi'nin uzmanlık alanlarını ve Ketebe Yayınları'nın kurumsal kimliğini yansıtmaktadır. Tasarım, sade ve geleneksel bir tarzda yapılmıştır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Renkler ve tipografi, kitabın içeriğine uygun bir şekilde seçilmiştir.

#### 4.2.4. Ketebe Yayınevi Kitap Kapakları Analizi

Ketebe Yayınları tarafından yayımlanan kitapların kapak tasarımlarının analizi sonucunda her bir kitap kapağının kendine özgü unsurları olsa da, ortak noktalar da bulunmaktadır. Üç kitap kapağında da, kitap adı ve yazar adı büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Kullanılan yazı tipleri, kapakların dikkat çekici olmasını sağlamaktadır. Her kapağın kendine özgü bir renk paleti olsa da, üç kitapta da genel olarak sade ve zarif renkler tercih edilmiştir. Bu renk paleti, kapaklarına sakin ve huzurlu bir atmosfer kazandırmaktadır. Üç kitap kapağında da kullanılan unsurlar dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapakların görsel olarak uyumlu görünmesini sağlamaktadır.

**Ortak Özellikler:** Sadelik: Üç kitap kapağı da sade ve zarif bir tasarıma sahiptir. Bu sadelik, tasarımların zamansız bir görünüm kazanmasını sağlamıştır. Denge: Tasarımlarda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapakların görsel olarak bütüncül görünmesini sağlamaktadır. Görsel Anlatım: Her kapak, kitabın içeriğini ve mesajını görsel olarak temsil eden bir anlatım içermektedir. Kurumsal Kimlik Uyumluluğu: Kapak tasarımları, yayınevinin kurumsal kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır.

**Farklılıklar:** Tema: Her kitabın farklı bir teması vardır ve bu durum kapak tasarımlarında da yansıtılmıştır. Görsel Kullanımı: Her kapağın kendine özgü bir görsel dili vardır. Tipografi: Her kapağın kendine özgü bir yazı karakteri kullanımı vardır.

Ketebe Yayınları tarafından basılan üç kitap kapağı da başarılı grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmalarıdır. Tasarımlar, sadelik, denge ve görsel anlatım gibi unsurları kullanarak kitapların mesajlarını ve kimliklerini etkin bir şekilde iletmektedir. Her kapağın kendine özgü özellikleri ve farklılıkları, kapakların ilgi çekici olmasını sağlamaktadır.

### 4.3. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

#### 4.3.1. Gurur ve Önyargı Kitap Kapağı Analizi



Görsel 7. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Gurur ve Önyargı Kitap Kapağı

Kaynak: (iskultur.com.tr)

Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde, kitap adı olan "Gurur ve Önyargı" büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapakta dikkat çekici olan unsurdur. Yazarın adı olan "Jane Austen" ise daha küçük bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Kapakta kullanılan renkler, beyaz, siyah ve sarıya kaçan gridir. Bu renkler, sade bir görünüm oluşturmaktadır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapağa görsel bir uyum kazandırmaktadır.

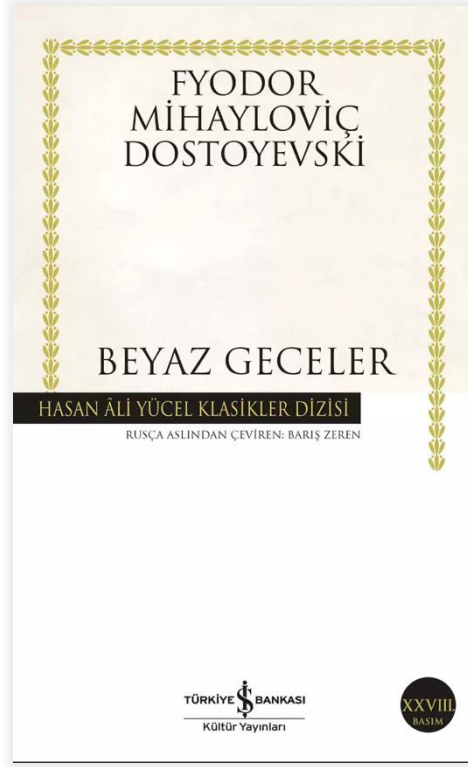
Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde, kitap Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları tarafından basılmıştır. Yayınevi logosu, kapağın alt kısmında yer almaktadır. Kitap, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi"nde yer almaktadır. Bu dizinin ismi de kapağın sol orta kısmında belirtilmiştir.

Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları - Gurur ve Önyargı kitap kapağı tasarımı, sade bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, kitabın içeriğini ve mesajını temsil etmemektedir. Kitap kapağı tasarımı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın kurumsal kimliğini ve "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi"nin kimliğini yansıtmaktadır.

Kurumsal kimlik açısından kitap kapağı tasarımında, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi" altında klasik eserleri yayınladığına bir gönderme yapılmıştır. Tasarım, "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi"nin prestijli ve saygın bir dizi olduğunu vurgulamaktadır. Tasarım, sade bir tarzda yapılmıştır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Renkler ve tipografi, klasik dizisine uygun bir şekilde seçilmiştir. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları - Gurur ve Önyargı kitap kapağı tasarımı, başarılı bir grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmasıdır. Buna karşın kapak tasarımı kitabın içeriğine bir gönderme yapmamaktadır.



#### 4.3.2. Beyaz Geceler Kitap Kapağı Analizi



Görsel 8. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Beyaz Geceler Kitap Kapağı

**Kaynak:** (iskultur.com.tr)

Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde, kitap adı olan "Beyaz Geceler" büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapakta dikkat çekici olan unsurdur. Yazarın adı olan "Fyodor Mihayloviç Dostoyevski" ise daha küçük puntolu bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Kapakta kullanılan renkler, beyaz, siyah ve sarıya kaçan gridir. Bu renkler, sade bir görünüm oluşturmaktadır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapağa görsel bir uyum kazandırmaktadır.

Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde, kitap Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları tarafından basılmıştır. Yayınevi logosu, kapağın alt kısmında yer almaktadır. Kitap, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi"nde yer almaktadır. Bu dizinin ismi de kapağın sol orta kısmında belirtilmiştir.

Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları - Beyaz Geceler kitap kapağı tasarımı, sade bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, kitabın içeriğini ve mesajını temsil etmemektedir. Kitap kapağı tasarımı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın kurumsal kimliğini ve "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi"nin kimliğini yansıtmaktadır.

Kurumsal kimlik açısından kitap kapağı tasarımında, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi" altında klasik eserleri yayınladığına bir gönderme yapılmıştır. Tasarım, "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi"nin prestijli ve saygın bir dizi olduğunu vurgulamaktadır. Tasarım, sade bir tarzda yapılmıştır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Renkler ve tipografi, klasik dizisine uygun bir şekilde seçilmiştir. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları - Gurur ve Önyargı kitap kapağı tasarımı, başarılı bir grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmasıdır. Buna karşın kapak tasarımı kitabın içeriğine bir gönderme yapmamaktadır.

### 4.3.3. Bir Kadının Yaşamından Yirmi Dört Saat Kitap Kapağı Analizi



Görsel 9. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Bir Kadının Yaşamından Yirmi Dört Saat Kitap Kapağı

**Kaynak:** (iskultur.com.tr)

Grafik tasarım unsurları açısından incelendiğinde, kitap adı olan "Bir Kadının Yaşamından Yirmi Dört Saat" büyük ve kalın bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, görselle birlikte kapağın dikkat çekici bir unsur olmasını sağlamaktadır. Yazarın adı olan "Stefan Zweig" ise daha küçük bir font ile yazılmıştır. Kapakta kullanılan renkler, siyah, beyaz ve sıcak renk tonlarıdır. Kapakta, bir kadın figürü bulunmaktadır. Bu figür, kitabın kahramanı olan kadını temsil etmektedir. Figürün yüzünün bulanık olması kitabın gizemli ve karmaşık atmosferini yansıtmaktadır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapağa görsel bir uyum kazandırmaktadır.

Kurumsal kimlik açısından incelendiğinde, kitap Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları tarafından basılmıştır. Yayınevi logosu, kapağın sol alt köşesinde yer almaktadır. Kitap, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın "Modern Klasikler Dizisi"nde yer almaktadır. Bu dizinin logosu da kapağın sol üst köşesinde yer almaktadır.

Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları - Bir Kadının Yaşamından Yirmi Dört Saat kitap kapağı tasarımı, sade ve gizemli bir tasarımdır. Tasarımda kullanılan unsurlar, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde temsil etmektedir. Kitap kapağı tasarımı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın kurumsal kimliğini ve "Modern Klasikler Dizisi"nin kimliğini yansıtmaktadır. Tasarım, sade bir tarzda yapılmıştır. Tasarımda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Renkler ve tipografi, kitabın içeriğine uygun bir şekilde seçilmiştir. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları - Bir Kadının Yaşamından Yirmi Dört Saat kitap kapağı tasarımı, başarılı bir grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmasıdır. Tasarım, kitabın içeriğini ve mesajını etkili bir şekilde iletmektedir.

#### 4.3.4. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları Kitap Kapakları Analizi

Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları tarafından yayımlanan kitapların kapak tasarımlarının analizi sonucunda şu bulgulara ulaşılmıştır: Üç kitap kapağında da, kitap adı ve yazar adı büyük ve kalın bir font ile yazılmıştır. Bu yazı tipi, kapakların dikkat çekici olmasını sağlar. Kapakların kendine özgü bir renk paleti olsa da üç kapakta da genel olarak sade ve zarif renkler kullanılmıştır. Bu renk paleti, kapaklara sakin ve huzurlu bir atmosfer kazandırmaktadır.

Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi kitap kapakları bir standart içindeyken, Modern Klasikler Dizisi'nde yer alan Bir Kadının Yaşamından Yirmi Dört Saat kitabının kapağı kitap içeriğiyle örtüşecek niteliktedir. Üç kitap kapağında da kullanılan unsurlar dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapakların görsel olarak uyumlu görünmesini sağlamaktadır.

Üç kitap da Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları tarafından basılmıştır. Kapak tasarımları, yayınevinin kurumsal kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır. Kitaplar Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın "Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi" veya "Modern Klasikler Dizisi"nde yer almaktadır. Bu dizilerin logoları, kapak tasarımlarında yer alarak kurumsal kimliği pekiştirmektedir.

Ortak Noktalar: Sadelik: Üç kitap kapağı da sade bir tasarıma sahiptir. Bu sadelik, tasarımların zamansız bir görünüm kazanmasını sağlamaktadır. Denge: Tasarımlarda kullanılan unsurlar, dengeli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu denge, kapakların görsel olarak uyumlu görünmesini sağlar. Görsel Anlatım: Bir Kadının Yaşamından Yirmi Dört Saat kitabının kapağı kitap içeriğini ve mesajını görsel olarak temsil eden bir görsel içermektedir. Fakat Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi'nin kitap kapakları bir standart içindedir. Kurumsal Kimlik Uyumluluğu: Kapak tasarımları, yayınevinin kurumsal kimliği ve her dizinin kimliği ile uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır.

Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'nın üç kitap kapağı da başarılı grafik tasarım ve kurumsal kimlik çalışmalarıdır. Tasarımlar, sadelik, denge ve görsel anlatım gibi unsurları kullanarak kitapların mesajlarını ve kimliklerini etkin bir şekilde iletmektedir. Her kapağın kendine özgü özellikleri ve farklılıkları, kapakların çekici ve ilgi çekici olmasını sağlamaktadır. Buna karşın Hasan Ali Yücel Klasikleri Dizisi'nde yer alan kitapların kapak tasarımları birbirinin aynısı olmasından dolayı kitabın içeriğini yansıtmamakta ve bir tekdüzelik oluşturmaktadır. Bu tekdüzelik dizide yer alan kitapların tanınırlığını sağlaması açısından olumludur, fakat kitap içeriğinden bir mesaj içermemesi olumsuz bir durum açığa çıkarabilmektedir.

#### SONUÇ

Bu çalışmada, yayınevlerinin kurumsal kimliklerini güçlendirmek ve kitap kapaklarında devamlılığı sağlamak amacıyla izleyebilecekleri stratejiler incelenmiştir. Kurumsal kimlik, bir yayınevinin marka bilinirliğini ve okuyucu kitlesiyle olan bağını güçlendiren temel bir unsurdur. Bu bağlamda, yayınevleri için kitap kapakları sadece birer tasarım ögesi olmanın ötesine geçerek, markanın vizyonunu, değerlerini ve estetik anlayışını yansıtan kritik bir bileşen haline gelmiştir. Kitap kapaklarının görsel kimlik üzerindeki bu etkisi, yayınevlerinin pazarlama stratejilerinde ve marka kimliklerini oluşturma süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Kitap kapaklarında devamlılık sağlamak, okuyucuya markanın güvenilirliği ve tutarlılığı hakkında güçlü bir mesaj vermektedir. Yayınevleri, bu devamlılığı sağlamak için tasarım kılavuzları oluşturarak, grafik stilleri ve renk paletlerini belirli bir çerçevede tutarak ve uzman tasarımcılarla iş birliği yaparak markalarının görsel kimliğini güçlendirebilirler. Bu yaklaşım, markanın hem dijital hem de fiziksel ortamda tanınırlığını artırırken, okuyucuların yayınevinin kitaplarını kolayca ayırt edebilmesine olanak tanır.

Bu çalışmada ele alınan Sinek Sekiz Yayınevi, Ketebe Yayınları ve Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları örnekleri, kitap kapaklarında devamlılık sağlama stratejilerinin nasıl başarılı bir şekilde uygulanabileceğini göstermektedir. Bu yayınevleri, kurumsal kimliklerini destekleyen ve marka imajlarını güçlendiren tutarlı kapak tasarımları oluşturarak sektörde fark yaratmışlardır. Örneğin, belirli bir tipografi, renk paleti veya tasarım unsuru kullanarak kitap kapaklarında tutarlılık sağlamak, okuyucu kitlesi tarafından yayınevinin kolayca tanınmasına ve benimsenmesine olanak tanımıştır. Bu stratejiler sayesinde markalar, uzun vadede sadık bir okuyucu kitlesi oluşturmuş ve piyasada rekabet avantajı elde etmiştir. Kitap kapaklarının sadece görsel bir öge değil, aynı zamanda yayınevinin misyon ve vizyonunu yansıtan bir iletişim aracı olduğunu kabul etmek önemlidir. Bu bağlamda, yayınevleri için kitap kapaklarında devamlılık sağlamak, markanın değerlerini ve mesajlarını daha geniş bir kitleye iletmek adına kritik bir rol oynamaktadır. Okuyucular, tutarlı bir tasarım diline sahip olan kitap kapaklarını gördüklerinde, yayınevinin profesyonelliğine dair olumlu bir izlenim edinmektedir. Dolayısıyla, bu çalışma, yayınevlerinin marka imajını güçlendirmek ve okuyucu bağlılığını artırmak için kitap kapaklarında devamlılık sağlamanın önemine vurgu yapmaktadır.

Sonuç olarak, yayınevlerinin kurumsal kimliklerini güçlendirmek ve kitap kapaklarında devamlılık sağlamak için belirli stratejileri hayata geçirmeleri büyük bir önem taşımaktadır. Kurumsal kimlik tasarımı ve kitap kapakları arasındaki bu sıkı bağ, yayınevlerinin pazarlama stratejilerini destekleyen ve marka bilinirliğini artıran önemli bir araçtır. Gelecekte yapılacak çalışmalar, bu stratejilerin farklı yayınevleri ve farklı kültürel bağlamlar üzerinde nasıl uygulanabileceğini araştırarak, bu alanda daha derinlemesine bir anlayış geliştirilmesine katkıda bulunabilir. Ayrıca, dijitalleşmenin ve e-kitapların yaygınlaşmasının kitap kapakları üzerindeki etkisi de ele alınarak, yayınevlerinin dijital platformlarda nasıl bir kurumsal kimlik inşa edebilecekleri üzerine odaklanılabilir. Böylece, yayınevlerinin hem geleneksel hem de dijital ortamlarda güçlü bir marka kimliği oluşturarak sürdürülebilir bir başarı elde etmeleri sağlanabilir.

### KAYNAKÇA

- Abdullah, Z. and Aziz, Y. (2013). Building a unique online corporate identity. *Marketing Intelligence & Planning*, 31(5), 451-471.
- Ayaawan, A. (2018). Corporate identity on the web: the case of telecommunication companies in ghana. *Legon Journal of the Humanities*, 29(1), 73.
- Balmer, J. (2001). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing - seeing through the fog. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 248-291.
- Balmer, J. (2017). The corporate identity, total corporate communications, stakeholders' attributed identities, identifications and behaviours continuum. *European Journal of Marketing*, 51(9/10), 1472-1502.
- Becker, M., McElvany, N., & Kortenbruck, M. (2010). Intrinsic and extrinsic reading motivation as predictors of reading literacy: a longitudinal study. *Journal of Educational Psychology*, 102(4), 773-785.
- Bilirdönmez, K. (2020). Tipografide renk ve rengin kullanımı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(4), 863-883.
- Demina, E., & Ozhegov, E. (2017). The Impact of Omnivorism on Consumer Choice: The Case of the Book Market. *Higher School of Economics Research Paper No. WP BRP*, 175.
- Dixon, P., Bortolussi, M., & Mullins, B. (2015). Judging a book by its cover. *Scientific Study of Literature*, 5(1), 23-48.
- Foroudi, P. and Montes, E. (2017). Corporate e-communication. *The Bottom Line Managing Library Finances*, 30(3), 201-215.

- Foroudi, P., Melewar, T., & Gupta, S. (2014). Linking corporate logo, corporate image, and reputation: an examination of consumer perceptions in the financial setting. *Journal of Business Research*, 67(11), 2269-2281.
- Gudinavičius, A. and Šuminas, A. (2017). Choosing a book by its cover: analysis of a reader's choice. *Journal of Documentation*, 74(2), 430-446.
- Heller, M. and Rowlinson, M. (2018). The british house magazine 1945 to 2015: the creation of family, organisation and markets. *Business History*, 62(6), 1002-1026.
- Kachorsky, D. and Reid, S. (2020). The covers of young adult novels and their graphic novel adaptations: a qualitative multimodal content analysis. *Literacy Research Theory Method and Practice*, 69(1), 303-319.
- Karaköse, M., Kodan, H. (2021). İlkokul öğrencilerine yönelik çocuk kitaplarının incelenmesi. *Okuma Yazma Eğitimi Araştırmaları*, 9(2), 96-109.
- Knowlton, S. A., & Hackert, L. N. (2015). Value added: Book covers provide additional impetus for academic library patrons to check out books. *Library Resources & Technical Services*, 59(3), 112-119.
- Magrath, V., McCormick, H. (2013). Branding design elements of mobile fashion retail apps. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 17(1), 98-114.
- Melewar, T. and Karaosmanoğlu, E. (2006). Seven dimensions of corporate identity. *European Journal of Marketing*, 40(7/8), 846-869.
- Noorda, R. (2019). Borrowing place brands: product branding from smes in the publishing industry. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 21(2), 57-75.
- Nyagadza, B., Kadembo, E., & Makasi, A. (2022). Conceptual model of corporate storytelling for branding. *Communicare Journal for Communication Studies in Africa*, 39(2), 25-48.
- Park, J., Kim, C., Park, S., & Dio, K. (2023). Do you judge a book by its cover? online book purchases between japan and france. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(10), 2345-2360.
- Rehman, M., Osman, I., Aziz, K., Koh, H., & Awais, M. (2019). Get connected with your takaful representatives. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1175-1200.
- Riel, C. and Balmer, J. (1997). Corporate identity: the concept, its measurement and management. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 340-355.
- Sevel, L., Abratt, R., & Kleyn, N. (2018). Managing across a corporate and product brand portfolio: evidence from a large south african service organization. *Journal of Product & Brand Management*, 27(1), 18-28.
- Skorczyńska, H. (2020). "we are prepared to play our part...": a case study of the use of first-person references in e-releases from two oil companies. *Journal of Pragmatics*, 155, 1-14.
- Tosun, N. B. (2008). Kurumsal kimliğin marka yaratma sürecindeki işlevi. *Öneri Dergisi*, 8(29), 231-237.
- Vanderschantz, N. and Timpany, C. (2013). Who says you can't judge a book by its cover?. *The International Journal of the Book*, 10(4), 1-17.
- Wells, J., Boucher, J., Laurent, A., & Villeneuve, C. (2012). Carbon footprint assessment of a paperback book. *Journal of Industrial Ecology*, 16(2), 212-222.
- YU, M. (2024). Effects of brand visual identity on consumer attitude: a systematic literature review. *Environment and Social Psychology* 9(9).

### Görsel Kaynakça

- Görsel 1. Sinek Sekiz Yayınları, Bizim Dünyamız kitap kapağı. Erişim adresi: <https://sineksekiz.wordpress.com>. Erişim tarihi: 13.05.2024.
- Görsel 2. Sinek Sekiz Yayınları, Şehirdekiler için Sürdürülebilir Yaşam Rehberi kitap kapağı. Erişim adresi: <https://sineksekiz.wordpress.com>. Erişim tarihi: 13.05.2024.

### Yayınevi Kurumsal Kimlik Tasarımı Bağlamında Kitap Kapaklarında Devamlılık

- Görsel 3. Sinek Sekiz Yayınları, Ina May'in Doğuma Hazırlık Rehberi kitap kapağı. Erişim adresi: <https://sineksekiz.wordpress.com>. Erişim tarihi: 13.05.2024.
- Görsel 4. Ketebe Yayınları, Zamanın Kültürel Tarihi kitap kapağı. Erişim adresi: <https://www.ketebe.com>. Erişim tarihi: 14.05.2024.
- Görsel 5. Ketebe Yayınları, Gazzâli – Hakikat Arayışı kitap kapağı. Erişim adresi: <https://www.ketebe.com>. Erişim tarihi: 14.05.2024.
- Görsel 6. Ketebe Yayınları, Tercümetü'ş Şemail - Eş-Şemailü'n-Nebeviyye kitap kapağı. Erişim adresi: <https://www.ketebe.com>. Erişim tarihi: 14.05.2024.
- Görsel 7. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Gurur ve Önyargı kitap kapağı. Erişim adresi: <https://www.iskulttur.com.tr>. Erişim tarihi: 16.05.2024.
- Görsel 8. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Beyaz Geceler kitap kapağı. Erişim adresi: <https://www.iskulttur.com.tr>. Erişim tarihi: 16.05.2024.
- Görsel 9. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Bir Kadının Yaşamından Yirmi Dört Saat kitap kapağı. Erişim adresi: <https://www.iskulttur.com.tr>. Erişim tarihi: 16.05.2024.