KİŞİYE ÖZEL ORGANİZASYONLARDA GRAFİK TASARIMIN YERİ

Birsen ÇEKEN[1], Merve ŞENOYMAK ERSAN[2]

ÖZET

Bir organizasyonun çeşitli parçalarını aynı tasarım dilinde birleştirebilmek için bir sistem oluşturulması ihtiyacı ilk olarak 1960'larda uluslararası olimpiyat oyunları ile ortaya çıkmıştır. Zaman içinde festival, sanat ve tasarım bienalleri, oyunlar, yarışmalar gibi organizasyonların da tüm grafik ürünleri tıpkı bir markanın kurum kimlik rehberinde olduğu gibi belirli bir sistem etrafında oluşturulmaya başlanmıştır. Günümüzde ise küçük organizasyonlar bile belirli bir konsept ve görsel kimlik etrafında tasarlanmaya başlamıştır. Doğum günü, düğün, nişan, bebek kutlamaları gibi organizasyonlar kişiye özel konseptler etrafında ve konseptin görsel kimliği çerçevesinde birbirleri ile uyum içerisinde tasarlanmaktadır. Böylece, organizasyonda yer alan tüm görsel unsurlar bir grafik ürüne dönüşmektedir. Bu bağlamda bu organizasyonlar için üretilen kişiye özel tasarımlar da birer görsel kimlik tasarımı projesine dönüşmektedir. "Kişiye Özel Organizasyonlarda Grafik Tasarımın Yeri" başlıklı bu araştırmada günümüzde giderek yaygınlaşan kişiye özel organizasyonlarda/kutlama tasarımlarında grafik tasarımın yeri araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Grafik tasarım, görsel kimlik, kurum kimliği tasarımı, görsel kimlik tasarımı, kişiye özel tasarım, kutlama tasarımı, organizasyonlar.

Çeken, Birsen ve Şenoymak Ersan, Merve. "Kişiye Özel Organizasyonlarda Grafik Tasarimin Yeri". *idil* 5.21 (2016): 461-475.

Çeken, B., Şenoymak Ersan, M. (2016). Kişiye Özel Organizasyonlarda Grafik Tasarimin Yeri. *idil*, 5 (21), s.461-475.

[1] Doçent, Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, birsenceken(at)gmail.com
[2] Araştırma Görevlisi, Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümü, mervesenoymak(at)gmail.com

THE PLACE OF GRAPHIC DESIGN IN PERSONAL ORGANISATIONS

ABSTRACT

The need for a system to combine the various parts of an organization in the same visual language first emerged in the 1960s with the international Olympic Games. Over time, all graphics products of organizations such as festivals, art and design biennials, games, contests started to be built around a particular visual system like those in a brand's corporate identity guidelines.Today, even the smaller organizations began to be designed around a specific concept and visual identity. Celebrations such as birthdays, weddings, engagements, baby showers are being designed around and in harmony with special personal concepts and a visual identity. Thus, all the visual elements in the organization is transformed into a graphic product. In this context, tailor-made designs being produced for these events are transformed into a visual identity design project. "From International Olympics to Personal Celebrations; Graphic Design in Organisations" titled this research examines graphic design's position in recently increasing party stylings and personal celebrations.

Keywords: Graphic design, visual identity, visual identity design, corporate identity design, tailor-made design, party styling, organisations

Giriş

1. Kurum Kimliği Tasarımı ve Organizasyonların Görsel Kimlik Sistemlerinde İlkler

Bir şirket ya da organizasyonun kendisini temsil etme biçimlerinin bütünü, o şirketin kurumsal kimliğini oluşturur. Kuruluşlar bu görsel ifadeler, görüntüler sayesinde pazardaki rakiplerinden ayrılırlar ve hedef gruplarının akıllarında kalarak, kendilerinin hatırlanmasını sağlamaya çalışırlar (Okay 2000). Kurumsal kimlik tasarımı, bir kurumun tüm iletişim araçlarının tasarımını kapsamaktadır. Bu noktada iletişim tasarımcısı, kurumun ilişki içinde bulunduğu müşteri gurubuyla yaptığı görsel iletişimde kolaylık sağlayarak, kurumun ve kurum ürünlerinin müşteri tarafından tanınmasını, rakiplerinden farklı olmasını, daha sonraki ilişkilerde tekrar hatırlanarak müşteriler tarafından tercih edilmesini sağlamak amacını taşımaktadır (Teker 2002:216). Sungur (2012:54) ise şöyle ifade etmektedir:

> Bireylerin toplumsal yaşam içinde bir arada yaşamaları, kendilerini bir kimlik ile ifade etme ihtiyacı doğurmuştur. Bu ihtiyacı karşılamak amacıyla görsel kimliğinin bazı öğelerine tarihte ilk kez soyluların, kralların ve şehirlerin kullandıkları armalarda ve orduların üniformalarında rastlanır. Bu imgeler onları bir arada tutmak, ortak bir ruh oluşturmak ve bir bütün olarak hedefe kenetlemek üzerine tasarlanmıştır. Buradaki amaç farklı olandan ayrılmak, tanınmak, belli kimliğe/hükümdarlığa ait olduğunu göstermektir. Bugün için görsel kimlik tasarımı işi, tarihteki özelliğine benzer şekilde "bir kurumu diğerlerinden ayıran, görünün/tanınır hale getiren, iç/dış sosyal paydaşlara aidiyet duygusu kazandıran" bir uzmanlık işi haline gelmiştir.

Genel olarak logo tasarımı ile başlayan kurumsal kimlik tasarımı projesi renk paleti seçimi, kurumsal kimlik rehberinin oluşturulması gibi çalışmalarla devam eder ve basılı materyaller, bilgilendirme ve çevre grafikleri, promosyon malzemeleri gibi ürünlerin tasarımına kadar uzanır. Kurumlar, firmalar, ürünler veya organizasyonlar açısından markalaşma ve marka iletişimi için görsel kimlik çalışmaları vazgeçilmezdir (Mercin 2010:345).

Kurumsal kimlik tasarımı projesinde tasarımcı (bir antetli kağıt, bir ambalaj, bir takvim, bir davetiye ya da bir işaret sistemi gibi) bir kalem mal için tam bir görsel kimlik ya da grafik bir sistem yaratmakta ve bu kimliği ya da sistemi belirli zaman dilimleri içerisinde güncelleştirmektedir (Borja De Mozota 2005:87). Kapsamlı bir kurumsal kimlik projesi şunları içerebilir:

• Bina, ofis, şantiye gibi kurum ya da organizasyonun içinde bulunduğu mekanın tasarımı,

• Ürünler ve ambalajları,

• Bilgilendirme ve çevre grafikleri; tabelalar, yönlendirme elemanları, araç üzeri grafikler,

• Kırtasiye malzemeleri (stationery); Antetli kağıt, kartvizit, zarf, dosya, tebrik kartları, başarı belgesi, sertifika, fatura, irsaliye, tahsilat ve tediye makbuzları gibi basılı elemanlar,

• Kurumsal yayınlar; newsletter, faaliyet ve finans raporları, broşür, katalog, reklam çalışmaları.

• Promosyon malzemeleri; bayrak, çıkartma, ajanda, bloknot, takvim vs.

• Multi-medya uygulamaları; web sitesi, tanıtım cd'si vs.

Böylelikle şirket ya da organizasyonun bütün iletişim unsurlarına bir bütünlük getirilip sabit bir sistem altında toplanarak kuruluşu bütünleştirici bir kurumsal görüntü sağlamak mümkün olmaktadır (Bektaş 1992).

Ticaretin başlamasıyla birlikte bir malın veya ürünün diğerlerinden ayırdedilmesi; bazı ürünlerin, taşıdıkları özellikleriyle rakiplerinden ayrılmaya başlaması ve aranılır olması, bunların kolay ayırdedilmesi, üzerlerine bazı işaretler koyma zorunluluğunu doğurmuş ve bu zorunluluk zaman içerisinde amblem ve logotayp tasarımlarının oluşmasını sağlamıştır (Pektaş 2010). Pektaş'ın da değindiği gibi, görsel işaretler tanınırlık için yüzyıllardır kullanılıyor olsa da, ilk olarak 1950'lerde tasarım, kalite ve güvenilirlik için bir itibar şekillendirmenin önemli bir yolu olarak görülmeye başlanmıştır. İkinci Dünya Savaşından sonra ortaya çıkan üretim kapasitesi tüketim mallarına dönmüş ve kapitalist ekonomik yapının sonsuz ekonomik büyüme ve zenginlik getireceğine, refah ve teknolojik gelişmenin dönemin gelişmekte olan önemli kurumlarına bağlı olduğuna inanılmıştı (Meggs ve Purvis 2011:412). Böylece farklı kitlelere yönelik kurumsal imaj geliştirilmesi gerekliliği öne çıkmıştır. Bu amacın gerçekleştirilmesi aşamasında ilk yapılması gereken işlemlerden biri logonun oluşturulmasıdır (Mercin 2010:345). Peter Behrens'in AEG için tasarladığı logo (Resim 1), ilk kurum kimliği tasarımı olarak kabul edilmektedir. Daha sonra 1951'de CBS Televizyon kanalı William Golden, 1956'da IBM Paul Rand, 1964'te Mobil Oil Chermayeff & Geismar Associates tarafından tasarlanan grafik tasarımda kilometre taşları olarak kabul gören görsel kimlikler ortaya çıkmıştır.

Resim 1: Peter Behrens'in tasarladığı AEG logosu, 1907

1960'ların başında, kapsamlı tasarım sistemleri kavramı bir gerçeklik haline gelmiş ve büyük bir şirketin ihtiyaç duyacağı tüm görsel iletişim ürünlerini kapsayacak şekilde bir sistem geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır (Meggs ve Purvis 2011:428). Bu alanda Ulm Tasarım Enstitüsünde Lufthansa Alman Havayolları için tasarlanan tanımlama sistemi ilk örneklerden kabul edilmektedir (Resim 2).



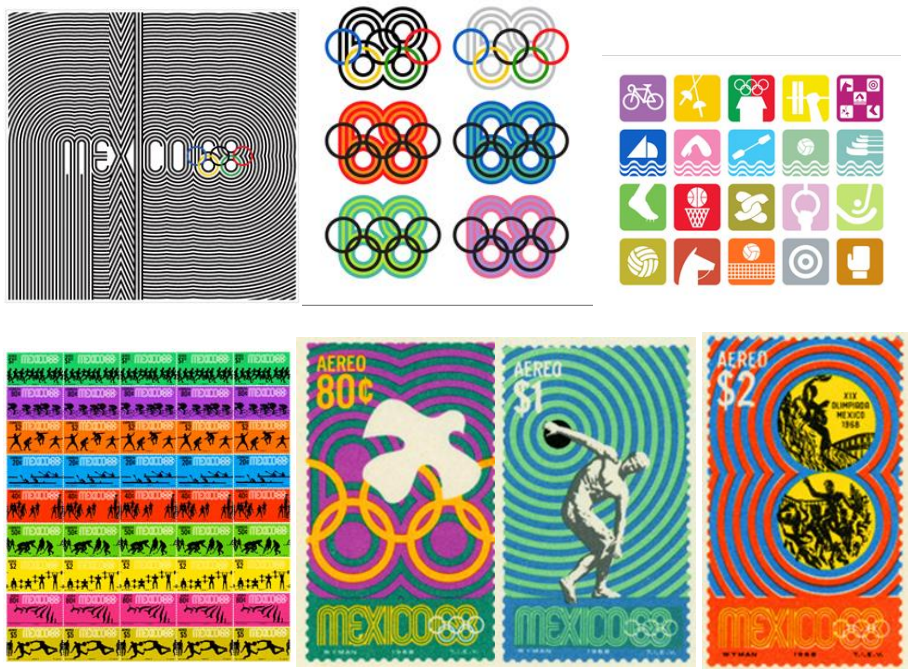
Ayrıca yalnızca şirketler için değil organizasyonlar için de görsel kimlik sistemlerinin oluşturulmasının gerekli olduğu kavranmıştır. Uluslararası izleyici ve katılımcının bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesinin gerektiği Dünya fuarları ve olimpiyat oyunları, organizasyonların görsel kimliği tasarımında ilk örnekleri oluşturmaktadır. 1964 yılında Tokyo'nun ev sahipliğini yaptığı 18. Olimpiyat oyunları, kapsamlı bir kimlik sistemine sahip ilk organizasyondur (Resim 3).



Resim 3: Tokyo 1964 Olimpiyat Oyunları Görsel Kimlik Sistemi

Bu sistem, 1968 Mexico City Olimpiyatlarında Lance Wyman, 1972 Münih Olimpiyatlarında Otl Aicher ve 2008 Pekin Olimpiyatlarında Min Wang'a ilham kaynağı olmuş, evrensel görsel tasarım sistemleri ve dünya çapında etkinlikler konusunda bir rehber haline gelmiştir. 1968 Meksika Olimpiyatları için ise bilgilendirme ve çevre grafiği, reklam ve tanıtım gibi alanları kapsayan zengin bir

görsel kimlik sistemi tasarlanmıştır (Resim 4). Tasarım sistemi dahilinde sportif ve kültürel etkinlikler için piktogramlar, bölge tanıtım sembolleri, şehir içi ulaşım için yönlendirme levhaları, afişler, haritalar, biletler, posta damgaları, film jenerikleri ve televizyon spotları da bulunmaktadır. Lance Wyman, bu projede tam bir bütünlük gösteren, her ulustan insan tarafından kolayca anlaşılan, ve geniş çapta uygulama olanağı verecek esneklikte bir tasarım sistemi yaratma amacına ulaşmıştır (Bektaş 1992).



Resim 4: Meksika 1968 Olimpiyat Oyunları Görsel Kimlik Sistemi

2. Kişiye Özel Organizasyonlarda Grafik Tasarımın Yeri

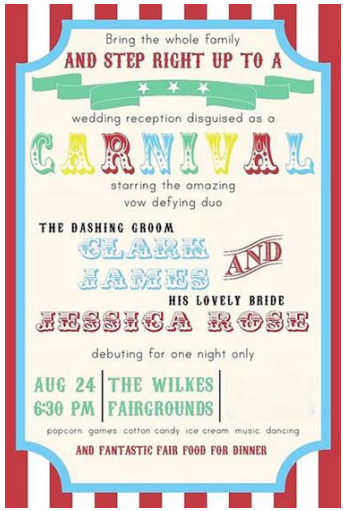
Grafik tasarım en genel anlamda iletişim kurmak amacıyla metin ve görsellerin iki ya da üç boyutlu olarak düzenlenmesini kapsayan yaratıcı bir süreçtir. Uçar'a göre grafik tasarım, kendi içinde pek çok ihtisas alanlarına sahip, yoğun teknik ve uzantıları olan, her geçen gün yeniliklerin kazanıldığı dinamik bir görsel iletişim dalı olmaktadır (Uçar 2004:156). Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile grafik tasarımcının çalışma alanları giderek artmaktadır. Turgut'un da değindiği gibi (2000:67), grafik tasarım ve beraberinde görsel iletişimin günlük yaşamdaki önemi genişleyerek artmakta, sergileme tasarımı, çevre grafiği vb. üç boyutlu alanlar gibi yeni gereksinimlere göre yeni tasarım ve uygulama alanları oluşmaktadır. Zaman içinde festival, sanat ve tasarım bienalleri, oyunlar, yarışmalar gibi kapsamlı organizasyonların yanında; kişiye özel küçük organizasyonlar için de görsel kimlik sistemleri tasarlanmaya başlamasıyla, organizasyonların görsel tasarımı da yeni bir tasarım alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kutlama tasarımı (party styling) olarak gelişen bu alanda, doğum günü, düğün, nişan, bebek kutlamaları gibi organizasyonlar kişiye özel konseptler etrafında ve konseptin görsel kimliği çerçevesinde birbirleri ile uyum içerisinde tasarlanmaktadır. Böylece, organizasyonda yer alan tüm görsel unsurlar bir grafik ürüne dönüşmektedir. Bu noktada, grafik tasarımcının dikkat çeken, diğerlerinden farklı kılan, yenilikçi ve kişisel bir yaklaşım ortaya koyması beklenmektedir. Bu tür organizasyonlar için tasarlanan grafik ürünler; kişiye özel logo, amblem ya da illüstrasyonlar, davetiye, poster, bayrak, fotoğraf karesi, kek ve pasta gibi ikramların tasarımı, konuklara dağıtılacak hediyeler ve ambalajları, masanın genel sunumu ve yönlendirme grafiklerini kapsayabilir.

Tıpkı kapsamlı bir kurumsal kimlik projesinde olduğu gibi, küçük organizasyonların da görsel kimliği bir amblem ya da logo inşası ve renk paleti oluşturulması ile başlamaktadır. Görsel iletişim açısından kurum kimliğini sağlamada amblem, kurum ya da kuruluşların -başka kurum ya da kuruluşlardan ayırt edilmek için- kullandıkları ve onları yansıtan grafik göstergeleridir (Sayın 2001:83) Benzer şekilde, kutlama tasarımlarında da amblem ya da logo, organizasyonu diğerlerinden farklı ve kişiye özel kılma çabası ile tasarlanmaktadır. Logo ve renk paletinin oluşturulması için ise bir konsept belirlenmesi gerekmektedir. Nasıl ki görsel kimlik oluşturulurken, kurumun tutumu ve iletişimi ile biçimi kişiliğe büründürülüp görselleştiriliyorsa (Mercin 2010:345), kişiye özel kutlamaların görsel kimlik tasarımları için de bireyin kişiliği, zevkleri çerçevesinde bir konsept belirlenmektedir. Konsept ve renk seçiminden sonra ise, davetiye, hediyelik ürünler ve hatta kutlama için yaptırılan pasta ve ikramlar bile bir grafik ürüne dönüşmektedir.



Resim 5: İsim ve baş harflerden oluşan düğün logosu tasarımı

Resim 5'te evlenecek çiftlerin düğün organizasyonları için tasarlanmış baş harfleri ve tarihlerden oluşan kişiye özel logolar görülmektedir. Oluşturulan logo ve renk paletleri, organizasyonun tüm görsel elemanlarında kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Genel olarak organizasyon sahibinin isim ya da baş harfleri ile tasarlanan bu tür logolarda hazır yazı karakterleri kullanılabileceği gibi tamamen kişiye özel harfleme (lettering) çalışmaları da yapılmaktadır. Organizasyonlar için yapılan görsel kimlik çalışmalarında olmazsa olmaz tasarım unsurlarından biri davetiyedir. Davetiyenin tasarımı, düzenlenen organizasyon ne olursa olsun davet ile ilgili ilk izlenim ve fikri vereceği için önemlidir. Bu durum ilgi çekmek, gizem, ve heyecan yaratmak için bir fırsata dönüştürülebilir. Davetiyenin tasarımı organizasyonun havasını yansıtmalıdır (Lupton 2006). Bu noktada kullanılan görseller, yazı karakteri, renkler ve dil mesajı güçlendirir. Örneğin Resim 6'da bulunan karnaval temalı düğün davetiyesi, organizasyonun ne kadar renkli ve hareketli geçeceği ile ilgili en baştan fikir vermektedir. Karnaval davetiyelerinden ilham alınarak tasarlanmış davetiyede kullanılan renkler, çizgiler ve yazı karakterleri bu eğlenceli havayı desteklemektedir. Ayrıca davetiye metninde edebi açıdan kullanılan dil de karnavallarda kullanılan sözcük ve kalıplardan seçilmiştir.



Resim 6: Karnaval temalı düğün davetiyesi

Davetiyenin ait olduğu düğün organizasyonu tasarımı ise seçilen karnaval temasına uyumlu bir şekilde oldukça renkli ve hareketli olması ile öne çıkmaktadır (Resim 7). Kırmızı beyaz çizgiler, benekli zeminler, hareketli yazı karakterleri, tema ile uyumlu bir şekilde düzenlenmiş, hatta düğünün yapıldığı mekan bile bir karnaval alanına dönüştürülmüştür. İkramlar bir karnaval alanındaki stantlar şeklinde tasarlanmıştır. İkramlar için yapılan stant ve ambalaj tasarımlarında kullanılan yazı karakteri ve çizgiler ile yine aynı görsel dil devam ettirilmiştir. Düğün pastası da karnaval ortamı şeklinde tasarlanmış, üzerine gelin ve damadın minyatür birer karakter tasarımları yerleştirilmiştir. Ayrıca girişte, geniş düğün alanında misafirleri dans pisti, oyun alanı, yiyecek içecek alanı gibi çeşitli yerleri bulmalarını kolaylaştırmak için yönlendirme grafikleri kullanılmıştır.



Resim 7: Karnaval temalı düğün organisazyonu tasarımı

Organizasyon için özel olarak tasarlanan diğer bir grafik ürün ise el ile harfleme çalışmalarıdır (Resim 8). Bu çalışmalardan biri karnaval çadırı illüstrasyonu ile düğün tarihi ve gelin ve damadın isimleri ile yazılarak tasarlanmış ve giriş alanına konulmuştur. Diğeri ise ikram standının temsil edecek şekilde tasarlanmış ve standın önüne yerleştirilmiştir. Özetle, organizasyon için oldukça detaylı bir görsel kimlik çalışması yapıldığı görülmektedir.



Resim 9: Okyanus dalgası temalı davetiye koleksiyonu http://malloryhopedesign.com/brands/Ocean-Wave.html

Düğün organizasyonlarında davetiye, düğün programı ve teşekkür notu da görsel açıdan bir bütün oluşturacak şekilde tasarlanabilir. Resim 9'da takım olarak tasarlanmış okyanus dalgası temalı düğün davetiyesi, teşekkür notu ve düğün programı bulunmaktadır. Renk paletinin lacivert ve kahverengi ile sınırlandırılmasının yanında, dalga formları ve tipografik dil tasarımın tüm parçalarında devam ettirilerek bir bütünlük sağlandığı görülmektedir.

Bazı organizasyonlarda ise logo yerine konsepti temsil eden bir işaret, illüstrasyon ya da amblem de kullanılabilir. Örneğin Resim 10'da görülen panda temalı bebek partisinde tüm grafik ürünlerin üzerinde kullanılan panda

illüstrasyonları, renk uyumunun da katkısı ile devamlılığı sağlamaktadır. Bir bebek kutlaması için yapılan bu organizasyonda konsept olarak panda ve doğa seçilmiştir. Doğa konseptine uygun olarak yeşil ve açık kahverengi renkleri kullanılmış, pandanın renkleri olan siyah ve beyaz da renk paletine eklenmiştir. Doğa temalı bebek partisi, canlı bitkiler, ahşap tabureler ve hasır malzemeler ile desteklenmiştir. Çeşitli ikramlar için pandalı etiketler tasarlanmıştır. Sunum masasının arkasına doğa konseptini desteklemek amacıyla yeşil kumaş kullanılmış, üzerine hasır tabakalar ve kraft kağıdından kesilmiş harfler ile tipografik bir düzenleme yapılmıştır. Bununla birlikte, çeşitli anne ve bebek panda illüstrasyonları da bu alana yerleştirilmiştir. Hediyelik havlular üzerine serigrafi ile panda illüstrasyonları basılmış, konsepte uygun yeşil kurdele ile desteklenmiştir. Başka bir hediyelik için ise siyah zemin üzerine beyaz patilerden oluşan bir ambalaj tasarımı yapılmıştır.















Sonuç

Kutlama tasarımları için yapılan davetiye, poster, stant, organizasyonun bulunduğu mekan için yapılan grafikler, ikramlar ve hediyelik ürünler düşünüldüğünde; kişiye özel organizasyonların, logo tasarımı, tipografi, illüstrasyon, ambalaj tasarımı, sergileme tasarımı, ambalaj tasarımı, çevre ve yönlendirme grafikleri gibi grafik tasarımın birçok alanından beslendiği görülmektedir. Ayrıca bu tür organizasyonlar için tüm elemanların bir konsept ile uyum içerisinde tasarlandığı göz önünde bulundurulursa kutlama tasarımının grafik tasarım bağlamında bir görsel kimlik projesine dönüştüğü görülmektedir. Nasıl ki kurumsal kimlik bir kurum ya da organizasyonu rakiplerinden farklı kılarak hedef kitlenin belleklerinde yer etmeyi amaçlıyorsa, kutlamaların görsel kimliği de özel günü ve organizasyonu diğerlerinden farklı ve kişiye özel kılmak, hatırlanmasını sağlamak amacı taşımaktadır.

İncelenen örneklerde de görüldüğü gibi bazı kutlama tasarımları kapsamlı bir kurumsal kimlik projesi kadar detay içerebilir. Bununla birlikte, kutlama tasarımlarının sergileme tasarımı alanından da beslendiği görülmektedir. Bu nedenle kutlama tasarımları alanında, grafik tasarımcının görsel kimlik açısından bir temel oluşturup üç boyutlu düşünebilmesi gerekmektedir. Günümüzde, grafik tasarımcı giderek tasarımın farklı alanlarına da girmektedir. Sonuç olarak kutlama tasarımı, oldukça yeni bir grafik tasarım ve uygulama alanı olarak karşımıza çıkmakta, grafik tasarımcılara yeni bir iş alanı oluşturmaktadır.

KAYNAKLAR

Bektaş, D. ve Batur, E. (1992). *Çağdaş grafik tasarımın gelişimi.* YKY.

Borja De Mozota, B., (2005). *Tasarım Yönetimi*, (Çeviren: Sibel Kaçamak). Media Cat Kitapları, İstanbul.

Uyan Dur, B.İ. (2011) *"Çevresel Grafik Tasarım'ın Uygulama Alanları",* Sanat ve Tasarım Dergisi, sayı:7, 159-178, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayını, Ankara

Lupton, E. (Ed.). (2006). *DIY: Design It Yourself: A Design Handbook.* Princeton Architectural Press.

Meggs, P. B., ve Purvis, A. W. (2011). *Megg's History of graphic design.* John Wiley & Sons.

Mercin, L. (2010). *Kış Olimpiyat Oyunları Logolarının Analizi*. Nwsa: Fine Arts, 5(4), 333-346.

Pektaş, H., (2010). *Marka, Amblem ve Logotayp*, <http://www.hasippektas.com/marka.html> (8.5.2015 tarihinde erişilmiştir).

Sayın, Z., (2001). *Göstergelerin Göstergebilimsel (Semiotik) Açıdan Değerlendirilmesi:* Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin "Ankara" Amblemine Göstergebilimsel Bir Yaklaşım. Sanat Yazıları, H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Sayı: 8.

Sungur, S. (2012). *Türkiye'de En Çok Tercih Edilen Vakif Üniversitelerinin Görsel Kimlik Tasarimlarinin Analizi*. The Turkish Online Journal Of Design Art And Communication, 2(3).

Turgut, E., (2000). *Fuarlarda Grafik Tasarım Sorunları Üzerine. Her Yönüyle Pazarlama İletişimi.* Media Cat Kitapları, Ankara.

Teker, U. (2002). *Grafik Tasarım ve Reklam*, 2. Baskı, Dokuz Eylül Yayıncılık, İzmir.

Uçar, T. F., (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım,* İnkılâp Kitapevi, İstanbul.