



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GRAFİK TASARIMI ANASANAT DALI

BROŞÜR TASARIMI VE BASIMI  
ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gamze ŞENTÜRK

115110137

Danışman: Doç. Dr. Arif ÖZCAN

İstanbul, 2014



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GRAFİK TASARIMI ANASANAT DALI

**BROŞÜR TASARIMI VE BASIMI  
ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

Tezi Hazırlayan: **Gamze ŞENTÜRK**


T.C.  
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ  
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

30/01/2014

Enstitümüz **Grafik Tasarımı** Anasanat dalı yüksek lisans öğrencilerinden **115110137** numaralı **Gamze ŞENTÜRK** "İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "**BROŞÜR TASARIMI VE BASIMI ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ**" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 07.01.2014 tarih ve 2014/01 sayılı toplantısında seçilen ve Sefaköy Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin 48. maddesi gereğince (60) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~oyçokluğu/oybirliği~~ ile **Kabul/Red veya Düzeltme** kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

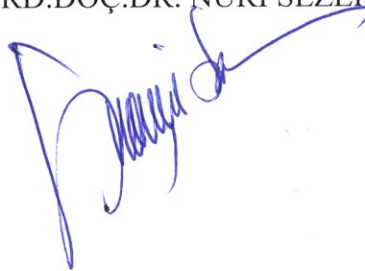
DANIŞMAN  
DOÇ.DR.ARİF ÖZCAN



ÜYE  
PROF.DR.SELAHATTİN GANİZ



ÜYE  
YRD.DOÇ.DR. NURİ SEZER



## KABUL VE ONAY

Gamze ŞENTÜRK tarafından hazırlanan “Broşür Tasarımı ve Basımı Özelliklerinin İncelenmesi” başlıklı bu çalışma, .../.../.....tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Arif ÖZCAN

Üye: Prof. Dr. Selahattin GANİZ

Üye: Yrd. Doç. Dr. Nuri SEZER

Üye: [Unvanı, Adı ve Soyadı]

Üye: [Unvanı, Adı ve Soyadı]

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Enstitü Müdürü

## YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Broşür Tasarımı ve Basımı Özelliklerinin İncelenmesi” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../.....

Gamze ŞENTÜRK

T.C  
YÜKSEKÖĞRETİM KURULU  
ULUSAL TEZ MERKEZİ

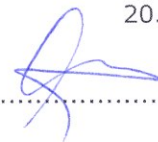
TEZ VERİ GİRİŞİ VE YAYIMLAMA İZİN FORMU

Referans No	10028426
Yazar Adı / Soyadı	GAMZE ŞENTÜRK
Uyruğu / T.C.Kimlik No	TÜRKİYE / 45517625476
Telefon	5303835702
E-Posta	gamzegoztepeli@hotmail.com
Tezin Dili	Türkçe
Tezin Özgün Adı	BROŞÜR TASARIMI VE BASIMI ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ
Tezin Tercümesi	THE INVESTIGATION OF BROCHURE DESIGN AND PRINTING
Konu	Güzel Sanatlar = Fine Arts
Üniversite	İstanbul Arel Üniversitesi
Enstitü / Hastane	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bölüm	
Anabilim Dalı	Grafik Tasarımı Anasanat Dalı
Bilim Dalı	
Tez Türü	Yüksek Lisans
Yılı	2014
Sayfa	88
Tez Danışmanları	DOÇ. DR. ARIF ÖZCAN 26155140712
Dizin Terimleri	
Önerilen Dizin Terimleri	Grafik, grafik tasarım, broşür, broşür tasarımı, baskı teknikleri
Kısıtlama	24 ay süre ile kısıtlı

Tezimin, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanında arşivlenmesine izin veriyorum. Ancak internet üzerinden tam metin açık erişime sunulmasının 20.02.2016 tarihine kadar ertelenmesini talep ediyorum. Bu tarihten sonra tezimin, bilimsel araştırma hizmetine sunulması amacı ile Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi tarafından internet üzerinden tam metin erişime açılmasına izin veriyorum. NOT: Erteleme süresi formun imzalandığı tarihten itibaren en fazla 3 (üç) yıldır.

20.02.2014

İmza:.....



## ÖZET

### BROŞÜR TASARIMI VE BASIMI ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ

Gamze ŞENTÜRK

Yüksek Lisans Tezi Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

Danışman: Doç. Dr. Arif ÖZCAN

Ocak, 2014 – 88 sayfa

Tasarımıyla dikkat çekmeyi amaçlayan, marka, ürün, hizmet tanıtımını yapmak için kullanılan basılı malzemeye broşür denir. Afiş ve dergiye göre en önemli farkı, broşürün kısa zamanda tüketilmesine rağmen etkili tanıtım için en sık kullanılan grafik tasarım ürünlerinden birisi olmasıdır. Broşürde çok kısa zamanda verilmek istenilen mesajın hedef kitleye ulaşması gerekir. Bu özelliği sayesinde diğer grafik tasarım ürünlerinden farklı bir yere sahiptir. Bu yüzden etkin bir broşür tasarımı ve basımı için yapılması gerekenler bu tez içinde açıklanacaktır.

Broşür tasarımında formatına karar vermek oldukça önemlidir. Broşürün okunaklılığı, hedef kitlesi, sayfa sayısı, kurumsal renk v.s. tasarıma başlamadan önce edineceğimiz bilgilerdir. Broşürde okunaklılık ve seçeceğimiz renk hedef kitle için oldukça önemlidir. Broşür görünüş ve içerik olarak bir düşünceyi değiştirebilmeli ve mesajı satabilme özelliğine sahip olmalıdır. Broşürde kapak sayfası olarak adlandırabileceğimiz ilk sayfa herhangi bir bilgi içermekten ziyade, okuyucunun dikkatini çekerek iç sayfalara yönlendirmelidir. Bu yüzden slogan vermek istediğimiz mesajda etkin rol oynar. Dolayısıyla etkili bir broşür hizmet ve ürünün tanıtımı için önemli bir basılı materyal olarak karşımıza çıkar.

Tezde ilk olarak grafik tasarım ve grafik tasarım ilkeleri ele alınmıştır. Daha sonra reklam ve broşürün tarihçesi ve nasıl ortaya çıktığı incelenmiştir. Broşürde olması gerekenler anlatılmış ve broşür çeşitleri ele alınmıştır. Broşürlerde kullanılan kağıt türleri, broşür katlama çeşitlerinden bahsedilmiştir. Son bölümlerde broşür tasarımı için kullanılan dijital programlara ve baskı sistemlerine değinilmiştir. Sonuç kısmında broşür tasarlarken neler yapmamız, nelere dikkat etmemiz gerektiği konularında öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Grafik, grafik tasarım, broşür, broşür tasarımı, baskı teknikleri

**ABSTRACT**  
**THE INVESTIGATION OF BROCHURE DESIGN AND PRINTING**  
**PROPERTIES**

**Gamze ŞENTÜRK**

**Master, Graphic Design Department**

**Supervisor: Doç. Dr. Arif ÖZCAN**

**January, 2014 – 88pages**

Brochure is a printed material which is used to introduce a brand, product or a ministry that wants to attract attention. The most important according to a magazine or a banner ; despite brochure is consumed in a short time it is the most used graphic design product. In a brochure the main purpose have to be given in a very short time to the targeted population. With this characteristics brochure has a different place than the other graphic design products. For this reason an effective brochure design and printing need will be explained inside this study.

During a brochure design deciding the formation of a brochure is very important. The legibility of the brochure, targeted population, institutional colour etc. are the knowledge that we should learn before beginning to design a brochure. A brochure has to change an idea and be able to sell the main message with its appearance and contents. The first page of a brochure that we call as cover sheet has to attract attention and guide the reader into other pages. Because of that the slogan is the main factor of a given message. For this reason a brochure is an important printed material for introduction of a product or a ministry.

At first graphic design and graphic design principles are discussed in this thesis. After that, invention and history of advertisement and brochure are investigated, the contents and the variations of brochure has been told. The paper assortment and brochure folding types are mentioned. At the last parts of the study the digital programmes and printing systems for designing brochures are mentioned. Finally the suggestions about what we should do and what we should be careful about while designing a brochure are given.

**KeyWords:** Graph, graphic design, brochure, brochure design, printing techniques



## ÖNSÖZ

Tezi hazırlamamda bana yol gösteren, rehberlik eden ve yaptığım işin doğruluğuna beni inandıran sonsuz minnet duyacağım, değerli danışman hocam Doç. Dr. Arif Özcan'a

Yüreklendirici sözleriyle bana destek olan, değerli bilgileri ve yapıcı yorumlarıyla benden desteğini hiçbir zaman esirgemeyen kıymetli hocam Prof. Dr. Mehmet Oktav'a

Tezimin konusunu belirlememde bana yardımcı olan, sınıf arkadaşım grafik tasarımcı Hasan Tekin Alp Güreken'e

Tezimin yazım sürecinde kaynak konusunda çekebileceğim sıkıntıları aza indirgeyerek, bana yardımcı olan iş arkadaşım grafik tasarımcı Cengiz Güzel'e

Tezin başından sonuna kadar hazırlamamda sabırla bana destek olan ve bugünlere gelmemde büyük emeği bulunan biricik anneme

Yüksek lisans eğitimim boyunca maddi manevi bana destek olan, sevgi ve sabırla beni yönlendiren, varlığıyla beni güçlü kılan sevgili eşim Dr. Serkan Şentürk'e teşekkür ediyorum.

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Nokta Çalışmasına Bir Örnek -----	5
Şekil 2.2. Düz Çizgiler-----	6
Şekil 2.3. Eğri Çizgiler-----	6
Şekil 2.4. Tonlama -----	7
Şekil 2.5. Renk Çemberi-----	9
Şekil 2.6. Dokuyu anlatan bir görsel-----	10
Şekil 2.7. Biçimi Anlatan Bir Çizim-----	11
Şekil 2.8. Espas -----	12
Şekil 2.9. Ülkemizde yayınlanan ilk resimli ilan da 1842’de Avrupa malı bir nasır ilacı için çıkmıştır -----	14
Şekil 2.10. İki Kırımlı, 6 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Reklam Broşürü -----	16
Şekil 2.11. Üç Kırımlı, 8 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Kültürel Broşür-----	17
Şekil 2.12. İki Kırımlı, 6 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Sosyal Broşür Çalışması -	18
Şekil 2.13. Araba Tanıtım Broşürü -----	20
Şekil 3.1. Beyaz Boşluğu Dengeleyen Görsel -----	25
Şekil 3.2. Çift Katlamalı Bir Konsept Broşürü -----	26
Şekil 3.3. Fotoğraf Boyutu Değiştirilmiş Görsel-----	28
Şekil 3.4. Bir Tipografik Broşür Örneği -----	29
Şekil 3.5. Tipografik Bir Çalışma Örneği-----	30
Şekil 3.6. Föy örneği -----	33
Şekil 3.7. İki Kırımlı, 6 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Gıda Broşürü -----	33
Şekil 3.8. İki Kırımlı, 6 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Sağlık Broşürü -----	34
Şekil 3.9. Üç Kırımlı, 8 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Hizmet Broşürü-----	35
Şekil 3.10. İki Kırımlı 6 Sayfalı Bir Turizm Broşürü -----	36
Şekil 3.11. Sanatsal Bir Broşür -----	36
Şekil 3.12. Akordeon Kırım Broşür Çalışması -----	39
Şekil 3.13. Forma Düzeni -----	39
Şekil 3.14. Düz Tel Dikiş Ciltleme Türüne Bir Örnek -----	40
Şekil 3.15. Omega Tel Dikiş Ciltleme Türüne Bir Örnek -----	40
Şekil 3.16. Bohça Kırımı Anlatan Bir Örnek -----	40
Şekil 3.17. Kapaklı Kırımı Anlatan Bir Örnek -----	41
Şekil 3.18. Pencere Kırımı Anlatan Bir Örnek -----	41

Şekil 3.19. Akordeon Kırımlı Broşür -----	41
Şekil 3.20. Tek, İki ve Üç Kırımı Anlatan Broşür Örnekleri-----	42
Şekil 3.21. Lokal Lak Örneği -----	43
Şekil 3.22. Özel Kesimli Bir Broşür -----	43
Şekil 3.23. Baskıya Hazır Broşür -----	44
Şekil 3.24. Kesim Çizgisi -----	45
Şekil 3.25. Özel Kesimli Broşür Örnekleri -----	46
Şekil 3.26. Özel Kesimli Broşür Örneği -----	46
Şekil 3.27. Çoklu Sayfalı Broşür Örneği-----	47
Şekil 3.28. Tek Kırımlı, 4 Sayfalı, Ön Arka Bir Broşür Örneği -----	48
Şekil 3.29. İki Kırımlı Ürün Taşıyan Bir Broşür Örneği-----	49
Şekil 3.30. AdobeIllustrator Programı Açılış Ekranı -----	51
Şekil 3.31. AdobeInDesign Programı Açılış Ekranı-----	52
Şekil 3.32. AdobePhotoShop Programı Açılış Ekranı-----	54
Şekil 3.33. AdobePhotoShop Programında yazılan metinlerin görüntüsü ----	56
Şekil 3.34. AdobeIllustrator Programında yazılan metinlerin görüntüsü-----	56
Şekil 3.35. AdobePhotoshop Programında açılan sayfa görüntüsü -----	57
Şekil 3.36. AdobeIllustrator Programında açılan sayfa görüntüsü -----	58
Şekil 3.37. CMYK-----	58
Şekil 3.38.Özel Renk-----	59
Şekil 3.39.Çözünürlüğü gösteren imgeler-----	60
Şekil 3.40.Jpeg Kayıtlı Fotoğraf-----	61
Şekil 4.1.Ofset Baskı Sistemi Şeması -----	63
Şekil 4.2. Ofset Baskı Sisteminin Çalışma Prensibi -----	65
Şekil 4.3. Ofset Baskı Havalı Blanket Kesiti -----	66
Şekil 4.4.pH Skalası -----	67
Şekil 4.5.Elektrofotografik Dijital Baskı Sistemi Şeması -----	72
Şekil 4.6.PiezoInkjet Dijital Baskı Sistemi Şeması-----	73
Şekil 4.7. Broşür uygulamasında dijital baskı örneği -----	76

## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	III
ABSTRACT .....	IV
ÖNSÖZ.....	V
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VI

### 1. BÖLÜM

#### GİRİŞ

1.1. Problemin Tespiti .....	1
1.2. Çalışmanın Amacı .....	1
1.3. Araştırma Metodolojisi .....	1
1.4. Ünitelerin Planı .....	1

### 2. BÖLÜM

#### GRAFİK TASARIMDA BROŞÜRÜN YERİ

2.1. Tasarım Nedir? .....	2
2.2. Grafik Tasarım Nedir .....	3
2.3. Grafik Tasarım İlkeleri .....	4
2.3.1. Nokta .....	4
2.3.2. Çizgi .....	5
2.3.3. Ton .....	7
2.3.4. Renk .....	7
2.3.5. Doku .....	10
2.3.6. Biçim .....	11
2.3.7. Ölçü .....	12
2.3.8. Yön.....	12
2.3.9. Espas .....	12
2.4. Reklam ve Broşürün Tarihi .....	13
2.5. Broş Nedir?.....	15
2.6. Broşür ve İletişim .....	19
2.7. Broşür Tasarımına Hazırlık .....	20
2.7.1. Planlama .....	21
2.7.2. Hedef Kitle .....	21

2.7.3. Mali Portre -----	23
--------------------------	----

### **3.BÖLÜM**

#### **BROŞÜR TASARIMI ve TEMEL ÖZELLİKLERİ**

3.1. Broşür Tasarımına Giriş -----	24
3.1.2. Broşür Tasarımında Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar-----	24
3.1.3. Tipografinin Broşürdeki Yeri -----	28
3.1.4. Broşür Tasarımında Olması Gereken Bilgiler -----	30
3.1.5. Broşür Türleri -----	31
3.2. Broşür Tasarımında Kullanılacak Kâğıt Seçimi -----	37
3.3. Broşürde Katlama Çeşitleri ve Kullanılan Boyutlar-----	38
3.4. Baskı ve Baskı Sonrası -----	42
3.5. Broşür Tasarımında Kullanılan Programlar -----	50
3.5.1. Vektörel Tabanlı Programlar-----	50
3.5.2. Piksel Tabanlı Programlar -----	53
3.5.3. Broşür Tasarımında Vektörel ve Piksel Tabanlı Programların Kullanımı -----	55

### **4. BÖLÜM**

#### **BROŞÜR TASARIMINDA KULLANILAN BASKI SİSTEMLERİ**

4.1. Ofset Baskı Tekniğinin Kullanılmaya Başlanması -----	62
4.2. Ofset Baskı Sistemi -----	62
4.2.1. Ofset Baskı Sisteminin Çalışma Prensipleri-----	64
4.2.2. Ofset Baskıda Blanket (kauçuk) -----	65
4.2.3. Ofset Baskıda Kâğıt -----	66
4.2.4. Ofset Baskıda Mürekkep -----	69
4.2.5. Ofset Baskıda Nemlendirme Suyu -----	69
4.3. Dijital Baskı Sistemi -----	70
4.3.1. Elektrofotografik Sistemler -----	71
4.3.2. İnkjet Sistemler -----	72
4.3.3. İnkjet Baskı Sistemi Mürekkepleri -----	73
4.4. Dijital Baskının Tercih Sebepleri-----	73

## 5. BÖLÜM

### SONUÇ

5.1. Özet-----	77
5.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı -----	81
5.3.Araştırma Kısıtları -----	82
5.4.Geleceğe Yönelik Çalışma Alanları -----	82
<b>KAYNAKÇA</b> -----	83
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> -----	88

## 1. BÖLÜM

### GİRİŞ

#### 1.1. Problemin Tespiti

Günlük hayatımızda her gün karşımıza çıkan tasarım ürünlerinden birisi olan broşürü tanımak ve onu en etkin şekilde kullanabilmek için yapılması gerekenler irdelenerek etkin broşür tasarımı ve basımı için yapılması gerekenler açıklanacaktır. En önemli işlevi ortaya çıkartılan tasarımıyla dikkat çekmeyi amaçlayan, bir marka veya ürün tanıtımı yapmak için kullanılan basılı malzemeye broşür denilmektedir. Böylelikle çok kısa zamanda verilmek istenilen mesajın hedef kitleye ulaşması gerekir. Bu özelliği ile de diğer tasarım ürünlerinden farklı bir yere sahiptir.

#### 1.2. Çalışmanın Amacı

Broşürü en etkin şekilde kullanabilmek için neler yapılabileceği incelenerek, farklı amaç ve istekler doğrultusunda en uygun, en ideal broşürün tasarlanması ve üretilmesi için yapılması gerekenler açıklanacaktır. Ülkemizde broşürler en sık olarak gazete ve dergi aralarında dağıtılarak karşımıza çıkmaktadır. Broşürler her türlü ürün ve hizmet tanıtımı için kullanılmaktadırlar. Broşürler çok çeşitli boyutlarda tasarlanabilir. Ancak çoğunlukla A4 ebadında tek veya iki kıvrımlı olarak hazırlanır.

#### 1.3. Araştırma Metodolojisi

Grafik tasarım, broşürün tarihinden günümüze kadar oluşan; bilgiler, kavramlar, tekniklerin incelenmesi araştırılması. Ülkemizdeki üretilen ve kullanılan broşürlerin incelenmesi. Örnek broşür çalışması yapılması.

#### 1.4. Ünitelerin Planı

Tezimde yer alan konularla ilgili bölümler şu şekildedir: ikinci bölümde; grafik tasarım, grafik tasarım ilkeleri ve broşürün tanıtımı üçüncü bölümde; broşür tasarımına hazırlık süreçleri ve broşür tasarımında kullanılan programlar, ardından dördüncü bölümde; baskı sistemleri ve sonuç olarak beşinci bölümde broşür tasarımında nelere dikkat edilmesi gerektiği açıklanmıştır.

## 2. BÖLÜM

### GRAFİK TASARIMDA BROŞÜRÜN YERİ

#### 2.1. Tasarım Nedir?

Tasarlama kelimesi, dilimize İngilizce ve Fransızca da ki “desing” kelimesi karşılığı olarak gelmiştir. Desing kelimesi Latince kökenli bir kelimedir. Tasarım, algı ile kavram arasında bir köprü görevini görür ve belli bir amaca yönelik düşünce sonucu ortaya çıkar. Objektif gerçeklik ile doğrudan bir ilişkisi yoktur. Bu nedenle gereksiz ayrıntılardan ziyade, önemli noktalara dikkat çeker. Tasarım bilgi edinmede önemli bir süreçtir. Çünkü tasarım zeka ve sanatsal yeteneğin ortak bir oluşumudur. Tasarım keskin olduğu gibi aynı zamanda karmaşık bir yapıya da sahiptir. Tasarım kendi içinde bir bütünlüğe ve bu bütünlükte de bir planlamaya sahip olmalıdır. Bir planlamanın gerçekleştiği bir ortamda tasarım olgusu ön plana çıkar.

Güzel sanatlar alanında tasarım, yaratıcı süreçten geçen bir faaliyet olan eskiz ve planların hazırlanması sürecidir. Tasarımı kategorize etmek gerekirse üç ana başlık altında toplayabiliriz.

**Endüstri Tasarımı:** Üç boyutlu nesnelerin tasarlanması işlemidir. Makineler, araç-gereçler, mutfak malzemeleri ve diğer endüstriyel ürünler endüstri tasarımcısı tarafından tasarlanır. Bu tasarımcılar kullanım ve üretim açısından daha ergonomik ürünler tasarlamayı göz önünde bulundururlar.

**Çevre Tasarımı:** Bina, peyzaj ve iç mekân tasarımı kapsayan geniş bir çalışma platformuna sahiptir. İşlevselliği ve dayanıklılığı olan estetik açıdan da görselliği ön plana çıkartmak durumundadırlar.

**Grafik Tasarımı:** İzlenen ve okunan her şeyin görüntü tasarımıyla ilgilenirler. Afiş, dergi, broşür, katalog, bilgi ve uyarı işaretleri vb. grafik tasarımcının alanı içine girer. İletişim ve görsel açıdan estetiği en üst düzeyde vermeyi amaç edinmiştir.



## 2.2. Grafik Tasarım Nedir?

“Grafik sözcüğü eski Yunan dilindeki, yazmak çizmek anlamını taşıyan “grafayn” sözcüğünden türemiştir. Dilimizde yazmak çizmek şeklindeki iki sözcükle anlatılabilen bu resim sanatı türü, hemen bütün dillerde grafik sözcüğü ile tanınmaktadır (Işingör ve Diğerleri,1986: 129).”

Grafik tasarım görsel bir iletişim sanatı olduğu için, mesajı doğru iletmek, ürün ya da hizmeti tanıtmak yükümlülüğündedir. “Grafik tasarım terimi ilk kez 20. yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan ve çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır. Teknoloji geliştikçe, sadece basılı malzemeler değil; film aracılığıyla perdeye yansıtılan, video ile ekrana gönderilen ve bilgisayarlar yardımıyla üretilen görsel malzemeler de grafik tasarım kapsamı içine girmiş ve bu terimin anlamı oldukça genişlemiştir (Becer, 2011: 33).”

Grafik tasarım uzun kelimelerle ve cümlelerle anlatılacak bir konuyu daha kısa ve basit anlatma yöntemidir. Grafik tasarım var olan problemin çözümü için vardır. Bu çözümlemede genellikle iki boyutlu yüzeyler üzerinde var olur. İki boyutlu yüzey üzerinde tasarlanır ve baskıya verilir. Grafik tasarım problemi genellikle iletişimle ilgili olduğu için, grafik tasarımcı uygulamanın yanında görsel algılamanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki köprüyü iyi kurmak zorundadır. Tasarımcı problem için birçok çözüm yöntemi üretebilmelidir; tek bir çözüm yöntemine bağlı kalmamalıdır. Örneğin maddi sebeplerden dolayı iki renge indirilmiş bir broşür ya da dağıtım şeklinden ve yine maddi sebeplerden dolayı boyutları küçültülmüş bir afiş çalışmak zorundayız. Grafik tasarımcı sebebi ne olursa olsun, mesajı etkili bir şekilde iletmek, iletişimi doğru bir şekilde aktarmak zorundadır.

Grafik tasarımcı çizgisi, sözcüğü, mesajı olan, beynini ve zamanını iyi kullanan, estetik ve teknik kültürü olan bir kişidir. Grafik tasarımcı ressam, heykeltıraşlar, seramikçiler, fotoğrafçılar ve birçok sanatçı grubunun oluşturduğu profesyonellerin bir üyesidir. Ayrıca, eski yazı, tezhip ve cilt sanatçılarının ve ustalarının geleneğini sürdüren bir meslek adamıdır. Grafik tasarımcının belli bir kültürel birikimi olmalı ve gündemi yakından takip edebilmelidir. Yeni eğilimleri, teknolojik buluşları ve yaşadığı dönem içindeki

sosyolojik, kültürel, sanatsal, politik, teknolojik vb. konuları ilgiyle izlemelidir. Çünkü tasarımcı güncel bir unsuru, uygar bir düzeyde ve yine uygar araç ve gereçlerle sunmak zorundadır. Tasarım hayat boyu sürdüğü için, sürekli bir değişim olgusu içersindedir. Bu yüzden grafik tasarımcı esprili, esnek ve işlevsel bir zekâya sahip olmalıdır. Öncelikle grafik tasarımcı güvenilir, çağdaş ve subjektif bir yaklaşım tarzı benimser. Tasarım aslında hizmet görevi gördüğü gibi, ürünün ve pazarın özelliklerini iyi bir şekilde bilip, mesajın etkili bir şekilde iletilmesinden sorumludur. Müşteri ve tasarımcının arasındaki duygu ve düşüncelerin paylaşıldığı, iletişimin esnek bir şekilde olduğu ortak bir platformda tasarım da kendini belli etmektedir. İyi bir tasarım ancak bu şekilde mümkün olabilmektedir. Müşteri ürününü iyi tanımak ve pazar içindeki yerini iyi bilmek zorundadır ve tasarımcıya bunu doğru aktarmalıdır. Tasarımcı ise ürünü diğer ürünlerden fark yaratarak, etkili ve çekici bir şekilde sunmak durumundadır. Estetik kaygıyı göz önüne almak zorundadır. Fakat ürünü ne kadar çekici sunarsa sunsun, istenen mesajı iletemiyorsa tasarım doğru bir amaca hizmet etmemiş olmaktadır.

İnsanın çevresinde gördüğü, okuduğu, her şey grafiğin etki alanı içine girer. Afişler, billboardlar, ilanlar, kitaplar, kartvizitler, bilgi ve uyarı işaretleri vb. basılıp çoğaltılarak kitlelere ulaştırılan üretimler, grafik tasarımcının işlediği malzemelerden birkaçıdır. Bu yüzden de grafik tasarım görülen, okunan bir haberleşme sanatıdır. Zekâ ve sanatsal kabiliyetlerin ortak bir ürünü olarak karşımıza çıkar. Grafik tasarım işlevi ve imkânları açısından yaygınlaşmaya ve gelişmeye en açık, en dinamik sanat dalıdır.

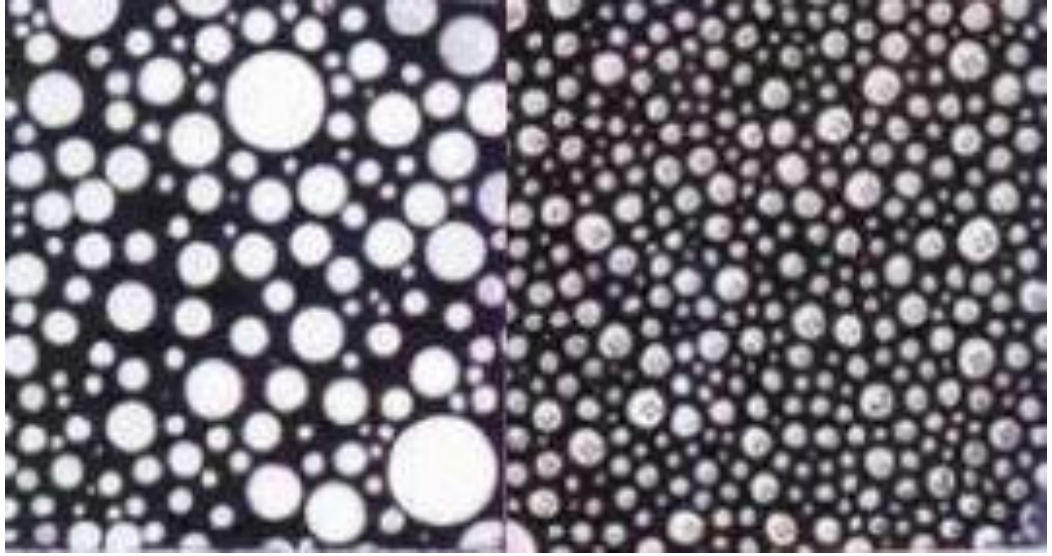
## **2.3. Grafik Tasarım İlkeleri**

### **2.3.1. Nokta**

Nokta en basit tasarım elemanlarından biridir. Nesnel bir ifadeyle yer belirleyici bir işarettir şeklinde tanımlayabiliriz. Görsel olarak nokta; bulunduğu yere göre küçük, merkezsel benektir. Bir nokta mekân içindeki (uzaydaki) bir pozisyonu (durumu) gösterir. Nokta, düzensizliğin içinde ilk düzen elemanıdır. Nokta, geometrik olarak görselliğin anlatımında çeşitli büyüklüklerde, boş ya da dolu yuvarlaklar olarak değerlendirilir.

Tek başına durgunluğu ifade eden nokta çoğaldıkça giderek dinamizme, ritme ya da kargaşaya dönüşebilir. Noktalar yan yana geldiklerinde birbirleriyle ilişkiye girer, bu bağıntı bazen çizgiselliğe bazen de lekeselliğe dönüşebilir. Nokta yanına ikinci bir nokta geldiğinde ilkeleri başlar.

Nokta resim sanatında denge, hareketi durdurma vs. gibi özelliklerle anlatılır. Belirli küçüklük ve büyüklükteki noktaların farkları, ışık ve renk değişiklikleri, yan yana dizildiklerinde sıralanış ve aralık farklılıkları zengin görsel etkiler ortaya çıkarır.



**Şekil 2.1.** Nokta Çalışmasına Bir Örnek

### 2.3.2. Çizgi

Noktaların sık sık ve art arda gelmesi çizgiyi oluşturur. Noktanın ritmik bir şekilde art arda dizilişi, geometrik bir ifadeyle çizgiyi meydana getirir. Çizgi genişliği az fakat uzunluğu çok olduğundan dolayı, algısal olarak tek boyutlu bir eleman olarak algılanır.

Çizgiyi belirli bir koşulla sınırlandıramayız. Belirli bir genişlik ya da belirli bir uzunluğu kıstas alamayız. Çünkü tasarımda çizgi etkisi oluşturan unsurlar çizgi olarak tasarımda boy gösteriyor demektir. Çizgiler bazı özelliklere sahiptir. Bunlar, sürekli veya kesik, kalın veya ince, düz veya kıvrımlı, grenli veya keskin gibi vasıflara sahiptir. Çizgilerin tasarımda anlatmak istediği mesajlar da vardır.

**Koyu ve kalın düz çizgiler;** çarpıcılık,

**Düşey çizgi;** saygınlık, kesinlik,

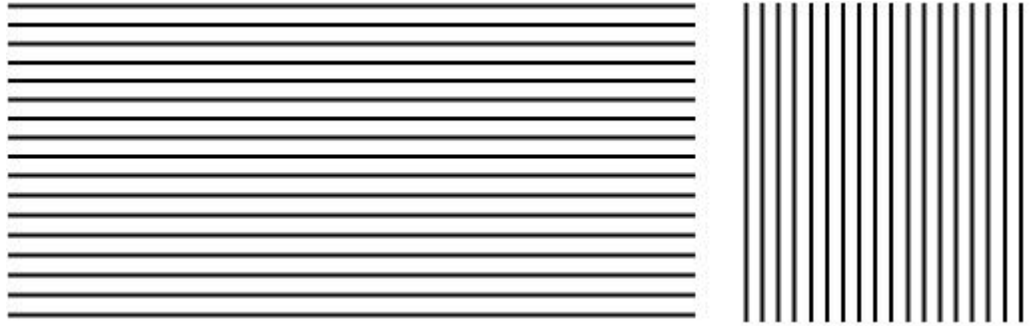
**Yatay çizgi;** durağan bir ifade ve sükûnet,

**Eğik çizgi;** yüzeyde canlılık hissi veren bir hareket,

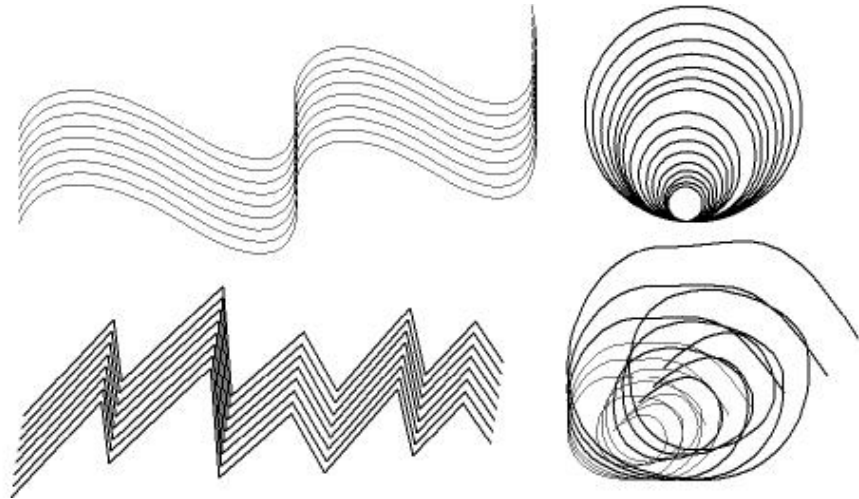
**Zig-zag çizgiler;** seri durağan olmayan bir hareketin verdiği heyecan hissi,

**Kıvrımlı çizgi;** zarafet

**Diyagonal çizgi;** canlılığın ifadesidir.



**Şekil 2.2.** Düz Çizgiler

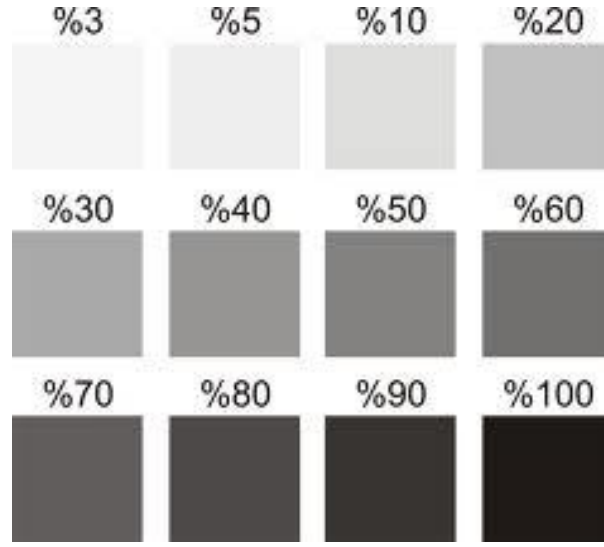


**Kaynak:** <http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/grafik/moduller>

**Şekil 2.3.** Eğri Çizgiler

### 2.3.3. Ton

“Ton bir rengin koyuluk veya açıklık derecesi olarak tanımlanabilir. Tasarım yüzeyleri üzerinde en fazla izlenen tonlar; grinin çeşitlemeleri ve siyahtır. Gri tonlar genellikle görsel imgenin yarım ton reproduksiyon tekniğiyle tramlanması yöntemiyle elde edilmektedir. Ton ve çizgi; tasarımda kontrast oluşturan elemanlardır (Parlak, 2006: 76).”



Şekil 2.4. Tonlama

### 2.3.4. Renk

Işıkla birlikte var olan renk fiziksel bir oluşumdur. Bir ışık kaynağından yayılan ışınların nesnelere çarptıktan sonra, yansımaları sonucu algıladığı duyumdur. Sir Isaac Newton 1667 yılında ışık ışınlarını bir prizmadan geçirerek, ışığın bünyesinin içinde rengin var olduğunu kanıtlamıştır. Renkler tasarımın önemli bir ögesidir ve mesaj verici niteliktedir. İnsan fizyolojisi üzerinde davranışları yönlendirebilir bir etkiye bazen de yaşamsal bir değere sahiptir. Örneğin ambalaj üzerindeki renk değişimi satın almada ve seçme sürecinde önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğada hayvanlar bazen renk değiştirerek avlanmaktan kendilerini kurtarırlar bazen de renk yardımıyla avlanırlar.

Renkler kültürel açıdan incelendiklerinde bazı coğrafya ve kültürlerde, dalga boylarının farkları ve fiziksel yapıları dolayısıyla farklı anlamlar ifade edebilirler. **Beyaz:** Saflık, temizlik ve dürüstlüğü ifade eder. Beyaz saflığı çağrışım nedeniyle, Batı ülkelerinde gelinlikler genelde beyaz renktedir. Nötr, sakin ve huzur verici bir renk olan beyaz doğu ülkelerinde matem ve yası ifade eder. **Siyah:** Gizli, gizemli ve dışa kapalı bir yapıyı içerir. Batı toplumlarında siyah matem ve üzüntüyü temsil eder. Ancak Eski Mısır ve Kuzey Afrika ülkelerinde ise bereketi, verimli toprakların ve yağmurla şişmiş bulutların rengi olarak simgelenir. **Kırmızı:** Uyarıcı ve dikkat çekici bir renktir. Tutkuyu, aşkı, yaşam kaynağımız olan kanı ve ateşi çağrıştırır. Kırmızı aynı zaman da iştah açıcıdır. Gıda ambalajlarında restoranlarda, kefelere kullanılabilen bir renk olarak karşımıza çıkar. Raflardaki görünürlülüğü ve çekiciliği sebebiyle diğer ambalaj renklerine göre satışta daha etkin bir rol oynar. Kırmızı dikkat ve uyarıyı evrensel bir dilde çağrıştırır. Örneğin trafik ışıklarındaki dur mesajı ve silahların emniyet düğmelerindeki kırmızı emniyetin açık olduğunu simgeler. İçten gücü, potansiyel enerjisi ve mutluluğun ifadesiyle kırmızı Çin’de şans ve üretkenliği, Hindistan’da gelinlerin kırmızı giymesi, Japonya’da da kırmızının kadınlar tarafından tercih edilmesine sebebiyet verir. **Sarı:** Sıcak bir renk olduğu gibi sağlık içtenlik ve iyimserliği ifade eder. Güneşin ve altının rengidir. Altın sarısı özellikle Doğu toplumlarında kutsal renk olarak anlamlandırılır. Çin’de saltanatı ve sarayı ifade eder. Batı toplumlarında ise korkaklığın ve ihanetin simgeleyen bir renktir. İlkel toplumlar sarıyı, sonsuza dek yaşam olarak sembolize eder. **Turuncu:** Sıcak bir renk olan turuncu enerjinin, neşenin, yaratıcılığın, muzipliğin ve doğallığın rengidir. Bilim ve uygarlığı da temsil eder. Aynı zamanda iştah açıcı bir renktir. Bu nedenle restoranlarda oldukça tercih edilir. **Yeşil:** Sağlığın, doğallığın rengidir. Mavi ve sarının karışımından oluşan bu renk, mavide huzuru ve dinlendirici etkiyi sarı renkten ise, canlılığı alır. Hastanelerde, çocuk odalarında ve yatak odalarında tercih edilir. Aynı zamanda güven verici bir renktir. Bu nedenle bankaların reklam tasarımlarında kullanılabilen bir renktir. Müslüman toplumlarında yeşil, aile kavramını maddi ve manevi zenginliği ifade etmesiyle kutsal bir renktir. Hıristiyanlıkta ise; Baba, Oğul ve Kutsal Ruh üçlemesini simgeler. Ambalajlarda tazeliği ve doğallığı simgelediği için organik ürünlerin ambalajlarında tercih edilir. **Mavi:** Soğuk bir renk olduğundan dolayı

resmiyeti, uzaklığı, otoriteyi ve sadakati temsil eder. Temizliği ve saflığı da simgeleyen mavi serinletici bir etki bırakabilmek için kozmetik ve su ambalajlarında tercih sebebi olabilir. Mavi Hıristiyanlıkta dindarlığın ve umudun rengidir. Çin kültürüne göre de ölümsüzlüğün gücü olarak yansıtılan bir renktir. Doğu toplumlarında Hindistan, Mısır, İran, Arap Yarımadası ve Anadolu'da mavi rengin kötülükleri uzaklaştırdığına inanılır. Bazen de negatif bir etki olarak, melankoliyi ve donukluğu ifade eder. **Lacivert:** Sonsuzluğu ve asaleti simgeler. Mavinin koyu rengi olduğu için mavi renkteki otorite ve liderlik vasfı lacivert renkte de görülür. Diplomatik ve kurumsal bir renk olan lacivert ciddiyeti çağrıştırır. Genellikle Dünyadaki kurumsal firmaların çoğu, reklam kampanyalarında lacivert rengi tercih eder. **Mor:** Asaleti, gücü ve saltanatı ifade eder. Maviye yaklaşan mor ruhsal çöküntüyü, kederi ve depresyonu çağrıştırır. Kırmızı renge yaklaşan mor cesareti çağrıştırır. Kadınlara yönelik güzellik ve bakım ürünlerinde tercih edilen bir renktir. **Pembe:** Dişiliği, uyumu, sevgiyi, neşeyi ve sakinliği ifade eder. Hedef kitlesi bayanlara hitap eden ürünlerde pembe renk tercih edilir. **Kahverengi:** Toprağı temsil eden bir renktir. İçe dönüklülüğü ve kendine güvensizliği simgeleyen kahverengi aynı zamanda şıklığı da ifade eder. Zaman ve hareketi hızlandıran bir renk olmasından dolayı, mekânlarda tercih edilen bir renk olma özelliği taşır. Kahveyle özdeşleştiği için kahve reklamlarında oldukça kullanılan bir renktir. Tarihi ve geçmişi anlatırken de kahverengi kullanılabilir.



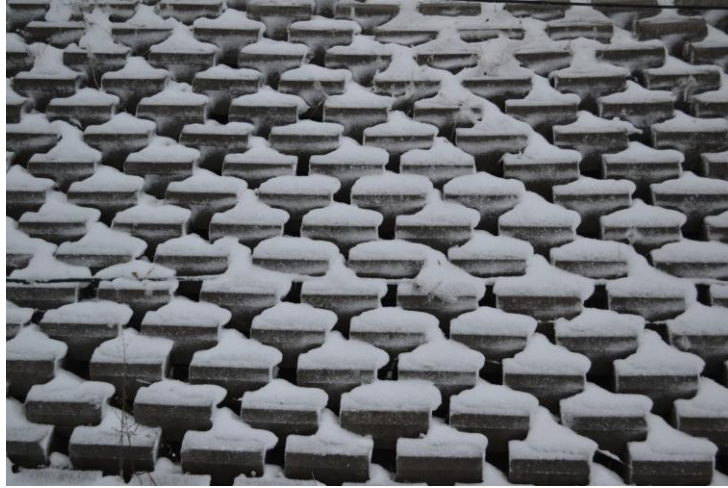
Şekil 2.5. Renk Çemberi

“Sıcak renkler, neşeli ve uyarıcıdır. Soğuk renkler ise yatıştırıcı ve dinlendiricidir. Soğuk renkler aşırı dozda kullanıldıklarında kasvetli, hatta moral bozucu bir etki yaratabilirler. Aynı şekilde, sıcak renkler de insanları şiddete yöneltebilir. Sıcak renkler sayfadan çıkıyormuş izlenimi verirler ve daha önde görünürler. En önde görünen renk ise sarıdır. Soğuk renkler ise uzaktaymış izlenimi yaratırlar (Becer, 2011:59).”

### 2.3.5. Doku

Doğadaki tüm nesnelerin ve varlıkların görme, dokunma duyularıyla kavranabilen, içyapılarının işlevsel özelliklerini dışa vuran yüzeysel etkilerine “Doku” (Tekstür) denir. Nesnenin yüzeyini oluşturan dokunulan ve görsel duyularla algılanabilen bir tasarım unsurudur (MEB, 2007).” Doku bir yüzeyde bir birimin tekrar etmesiyle oluşturduğu biçimsel bir düzendir.

Doğal dokular gerçektir ve fizikseldir. Fakat tasarımda kullanıldıklarında yalnızca görsel olarak algılanırlar. Basılı materyallerden biri olan kâğıtlar da farklı dokularda üretilirler. Bunlardan bazıları sert ve düz, sert ve grenli, yumuşak ve düz, yumuşak ve grenli vb. dokularda birçok kâğıt türü üretilir.



Şekil 2.6. Dokuyu anlatan bir görsel



### 2.3.6. Biçim

Bir nesnenin görünümünü belirleyen çizgidir. Nesnenin dış hatlarıyla algılanan görünüşüdür. “Biçim, çizginin hareketinden doğar. İki boyutludur. Uzunluğu ve genişliği vardır. Derinliği yoktur, kapalıdır. Biçim nesnelerin dış çizgileri bakımından niteliği olarak da tanımlanır. Doğadaki her varlığın bir biçimi vardır (MEB, 2007).”

“Doğada var olan her cismin bir geometrik forma dayalı biçimi vardır. Fakat biçimlerde kendi aralarında büyük farklılıklar gösterir. Biçimi sınırlayan çizgi karakterleri, biçimin yuvarlak, sivri, keskin, yumuşak niteliklere sahip olmasına katkıda bulunurlar. Doğada ve sanatta form - biçim ailesi vardır. Genelde bunlar;

Dikdörtgen biçimler; açık, kesin, emin ve belirgin bir ifade taşır.

Dar açılı ve çapraz biçimler; daha dinamik bir etki taşır.

Geometrik eğilimli biçimler; süreklilik ifadesi güçlüdür.

Serbest biçimler; yüzeylerin sürekliliğini kütleli bütünlüğü ve biçim yumuşaklığını vurgular (Parlak, 2006: 79).”



Şekil 2.7. Biçimi Anlatan Bir Çizim

### 2.3.7. Ölçü

“Bir grafik tasarım ürünü, daima değişik ve belirli ölçülere sahip görsel unsurların bir araya gelmesiyle oluşur. Ölçüler büyüdükçe, etkileyicilik ve algılanırlık da artmaktadır (Becer, 2011: 62).”

### 2.3.8. Yön

“Bir tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareket oluştururlar. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür (Becer, 2011: 62).”

### 2.3.9. Espas

Espas negatif alan boşluktur. Tasarımcı tasarımdaki boşluğu tasarım ilkelerine bağlı kalarak kurgulayıp tasarlamalıdır. Görsellerdeki boşluk tasarım açısından önemli bir öğedir. Tasarım yüzeyindeki görsellerin, birbirlerine olan mesafeleri ve aralarındaki boşluk orantılı olmalıdır. Birbirleriyle bağlantısı olan görseller, daha yakın olmalı fakat birbirleriyle ilgisi olmayan görsellerin, arasında daha fazla boşluk bırakılmalıdır.

Tasarımda yazılar ve harfler arasındaki boşluklarda önemli bir unsurdur. Tasarımda birbirlerine yakın olan metinler birlikte düşünülerek, uygun bir şekilde konumlandırılmalıdır. Algılamada ya da okunaklılıkta problem varsa özellikle harf aralarının düzenlenmesi gerekir. Hedef kitle ve algılamayı düşündüğümüzde tasarımımızı uygun boşluklar kullanarak düzenlememiz gerekir.



Şekil 2.8. Espas

## 2.4. Reklam ve Broşürün Tarihi

“Araştırmalara göre reklamın ilkel tarihi M.Ö. 3000’li yıllara kadar uzanıyor. Kasaba tellallarının esir satarken bağırarak alıcılara ulaşma çabaları, ilk reklam örnekleri olarak kabul edilirken, ilk yazılı ilanın da yaklaşık yine 3000’li yıllarda Mısır’da papirüs üzerine yazılan ve sahibinden kaçan bir kölenin geri dönmesini isteyen bir duyuru olduğu sanılıyor. Bugünkü anlamıyla reklamcılığın süreci, Gutenberg’in matbaayı icat etmesiyle 15. yüzyılda başlamıştır. Çünkü bugünkü anlamıyla reklamcılık bir kitle iletişim çalışmasıdır. 1480’lere gelindiğinde William Coxton adlı matbaacı bastığı kitapları satmaya kalktığına iş dünyasında değişmeyen bir sorunla karşılaşır: Pazarlama sorunu. Bu sorunu çözmek için de bastığı kitapları daha geniş kitlelere duyurma gereksinimi duyar. El ilanları basar ve halkın yoğun olarak uğradığı bir yer seçer (kilise) ve onları dağıtır. William Coxton’un bu pazarlama sorununu ortadan kaldırma çabası, ilk basılı reklam örneği olarak kabul edilir. Üretim, üretilenin paylaşımı ve değişimi, yani bugünkü anlamıyla ticaret doğal olarak reklamcılığın da kaynağı olmuştur. Avrupa’da ticaretten ötürü kentleşmenin yoğun olduğu yerlerde, insanlara belirli aralıklarla yayın sunarak, onları dünyadan haberdar etme ihtiyacı, 16. ve 17. yüzyıllarda zorunluluk halini almıştır. Bazı kaynaklar Hollanda’da, 1605’te, ticari amaçtan doğduğu varsayılan Niueve Tijdingen adlı yayının, ilk gazete olduğu üzerinde durmaktadırlar. 1612’de Paris’te, 1665’te Londra’da yayımlanmaya başlanan gazeteler de reklamcılığa katkıda bulunan ilk kitle iletişim araçları olmuştur. Belli periyotlarla basılan bu yayınlar, hayatlarına devam edebilmek için farklı gelir kaynakları bulmak zorunda kalmışlardır. Gazete sahiplerinin bu yükü kaldırmalarının güçleşmesi ile yayınlarda zamanla reklamlar hızla çoğalmaya başlamış ve zamanla da reklamlarla yaşar duruma gelmişlerdir. Reklamcılık mesleğinin bir gazete birimi dışına çıkıp, bir kurum haline dönüşmesi fikri ise ilk olarak 1630’da Gazette’in kurucusu olan Fransız Theophraste Renaudot’ya aittir. 17. yüzyıldan itibaren İngilizler bunu kendilerine uyarlayarak kullanmaya başladılar. Avrupa’da bunlar olurken, ABD’de ise reklamcılığın ilk örnekleri eğlence yerleri ve otel çevrelerine yerleştirilen açık hava reklamlarıyla başlar. Avrupa’da olduğu gibi ABD’de de reklamcılığın doğuşu ve gelişiminde bir mecra olarak gazetenin ve ilan firmalarının rolleri büyüktür.

ABD’de ilk basılı reklam 1704’te yayın hayatına başlayan Boston Newsletter’daki emlak ilanınıdır. 1800’ler hem Avrupa hem de Amerika’da reklamın hızla yükseldiği dönemdir. Gazete yanında birçok duyurunun el ilanı şeklinde basılıp dağıtılması, açık hava reklamcılığının gelişmesi, mektup ve kağıtlarda antet kullanımı ve benzeri çalışmalar da hız kazanmıştır (Fidan, b.t.).”



**Kaynak:** akademik.maltepe.edu.tr...1.hafta%20-%20Reklamcılık%20tanımı,%20t

**Şekil 2.9.** Ülkemizde yayınlanan ilk resimli ilan da 1842’de Avrupa malı bir nasır ilacı için çıkmıştır.

“Yapılan bir araştırmaya göre, Amerika’nın tanıtıma yatkınlığı 1644’te doğu kıyılarına göç ederek yerleşen gruplara dayanmaktadır. İlk sistemli fon kurma ya da bağış toplama çabaları 1641 yılında, Harvard Üniversitesinin İngiltere’ye gönderdiği misyoner ekiple başlamıştır.

Misyonerler, İngiltere’ye ulaştıklarında Harvard hakkında bilgileri içeren bir tanıtım kitapçığına, hatta mektubuna gereksinim duyulduğunu anlamışlardır. Kitapçık olmadığı takdirde yardım toplanamayacağını algılayan Harvard yöneticileri, hemen harekete geçerek metinlerini Massachusetts’de hazırladıkları ve baskısını Londra’da gerçekleştirdikleri bir kitapçığı yaşama geçirmişlerdir. Bu kitapçığa ‘İlk Meyveler’ adı verilmiştir. Söz konusu kitapçık halkla ilişkiler tarihinde ilk broşür sayılmaktadır. Bu nedenle, ilk tanıtım aracı da bu broşürdür.

Günümüzde ise, artık broşürler milyonlarca adet basılarak hedef kitlelere, gönderilmektedir. Hatta bu konuda halkla ilişkiler birimlerinin dışında özel ajanslar, şirketler ve işyerleri kurulmuştur. Broşürlerin hazırlanmasını ve dağıtımını da bu kuruluşlar üstlenmektedir (MEB, 2007).”

Broşür reklam konusu mal ve hizmetlere ilişkin etkileyici mesajları, resimli ve ayrıntılı biçimde iletmeye yaramaktadır. Reklamcılıkta oldukça verimli ve maliyeti diğer araçlarla kıyaslandığında, ucuz bir iletişim aracıdır.

“Broşürün istenmesini sağlayacak reklâm

a) Ana başlık: Broşürde, mal ya da hizmet anlatıldığı kadar, faydalı bilgi içerdiği de belli olmalı.

b) Yazarı: Konu tercihen tanınan ve uzman biri tarafından yazılmış olmalı.

c) Broşürü iyice tanı: Oradaki bilginin işe yarar olduğuna, hemen pratik fayda sağlayacağına inandırılmalı, okur mutlaka broşürü almak istemeli (Özmen, 2006).”

## **2.5. Broşür Nedir?**

Broşür bir ürünün, hizmetin tanıtılmasını sağlayan kurumsal kimlik alanlarında yapılan ve yapılacak olan firmaların misyonunu anlatan, satışına destek olan özenle hazırlanan bir reklam aracı ve etkili bir basılı yayın materyalidir. Broşür dilimize Fransızcadan (brochure) gelmiş bir sözcüktür. Tanıtım araçlarının içinde somut, canlı ve en özel materyal broşürdür. Bir firmanın, bir ürünün herhangi bir etkinliğin bilgilerini hedef kitleye ulaştırmayı sağlayan sayfa sayısı az olan etkili bir tanıtım aracıdır. Broşür basılı materyallerin içinde hafif olması, kolay dağıtılması, pek çok kişiye hızlı bir şekilde ulaştırılabilmesi ona en çok başvuru alan iletişim ve tanıtım materyali olma özelliği kazandırıyor. Broşürü hazırlanmamış bir firma, bir ürün, bir hizmet ya da bir etkinlik türü hemen hemen yoktur diyebiliriz. Broşür satış ve basın departmanında kilit bir noktadır.

Günlük yaşamımızda ve birçok yerde broşürlere rastlayabiliriz. Herhangi bir firmada, hastanede, okulda, mağazalarda, kafelerde kısaca etkileşim içinde olduğumuz her yerde iletişim aracı olarak karşımıza çıkabilir. Broşürler, ilanlar, afişler gibi çok çeşitli amaçlarla tüketicinin karşısına çıkabilir. Genel olarak broşürleri reklam broşürleri, kültürel broşürler, sosyal broşürler olarak sınıflandırabiliriz.

**Reklam Broşürleri:** Bir ürünü ya da hizmeti tanıtmaya amacıyla karşımıza çıkmaktadır. Firmaların kısa ve uzun süreli kampanya tanıtımları, iletişim bilgilerinin ayrıntılı bir şekilde sunulduğu türde broşürler bu sınıflandırmaya girer.

Şekil 2.10. İki Kıvrımlı, 6 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Reklam Broşürü

**Kültürel Broşürler:** Festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sinema, tiyatro, sergi, müze ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtan broşürler bu sınıflandırmaya girer.



**Şekil 2.11.** Üç Kıvrımlı, 8 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Kültürel Broşür

**Sosyal Broşürler:** Sağlık, çevre, ulaşım, sivil savunma, trafik gibi konularda eğitici ve uyarıcı nitelikteki etkinliklerin sunulduğu broşür türleridir.





## 2.6. Broşür ve İletişim

“İletişim, gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir. İletişim bir faaliyettir. Sadece konuşmanın değil, konuşma ve işitme eylemlerinin bir arada bulunduğu yerde iletişimden söz edilebilir. İletişim, 20. Yüzyılın sonlarında biçimlenen yaşam tarzının vazgeçilmez bir olgusudur. Günümüzün işi başından aşkın şehirli insanı, karmakarışık ve çekicilikten yoksun iletişim malzemeleriyle ilgilenmeye pek fırsat bulamaz. Tasarım duygusundan yoksun bir biçimde hazırlanan basılı iletişim malzemeleri, bir kenara fırlatılıp atılmaya mahkûmdurlar. Kendi başlarına çok çekici ve ilginç gibi görünen birçok ayrıntı, bir araya getirildiklerinde dikkati dağıtan bir görüntü kirliliğine yol açabilirler (Becer, 2011: 11).”

İletişim rekabet içine giren bir olgudur. Çünkü iletişim organları tüketicinin dikkatini çekerek, kendi mesaj alanları içine çekmek isterler. Fakat tüketici bütün mesajları aynı anda algılayamaz. Mesajların bir kısmı kabul görürken, diğer kısımları kabul görmeyebilir. Kötü ve dikkat çekici olmayan bir ambalajla hazırlanmış mesaj tüketiciyle sağlıklı bir ilişki kurmadan istenilen hedefe ulaşamamış olur. Mesela broşürde tasarıma uygun ve doğru seçilmemiş yazı karakteri okuyucuyu yani tüketicinin ilgisini dağıtır. Kelimeler ve harfler arasındaki yanlış espas düzenlemeleri okunaksızlığa ve bozuk bir görüntü oluşumuna sebep olur. Bu da mesajı algılatamamıza sebebiyet verir.

Grafik tasarımcı aynı zamanda bir iletişim tasarımcısıdır. İletişim tasarımcısı, iletişim olgusunu oluşturan bütün kavramları tanımak zorundadır. Etkili bir iletişim gerçekleştirebilmek için iletişimin amacının neye hizmet ettiğini, bilmemiz gerekir. İletişimin amacı broşürde bir ürünü pazarlamak, kitleyi bir konu hakkında bilgilendirmek, kitlenin değer yargılarını değiştirmek olabilir. İletişimin amacı belirli olduktan sonra, mesajı alan kişi ya da kişiler üzerindeki beklenti ve istekler daha net bir şekilde ortaya çıkacaktır. Amaç gütmeyen iletişim faaliyetleri boşa harcanan zaman ve para kaybına sebep olur. Amacı olmayan iletişimin kişi ya da kişiler üzerinde etkisi olmaz.



**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010: 71

**Şekil 2.13.** Araba Tanıtım Broşürü

Fotoğraftaki broşür pahalı bir lüks spor araba markası olan Bugatti için hazırlanmış bir reklam broşürüdür. Tasarım düşüncesi ürünün değerini ve özelliklerini yansıtan bir broşür yapılması ve broşürü okuyanın arabanın seçkin ve saygın niteliklerini değerlendirebilmesine olanak vermektedir. Parlak özel kağıdından, fotoğraf stüdyosunun hizmetine ve özel dikim deri kılıfına kadar broşürün üretim kalitesinin birinci sınıf olduğunu görebilmekteyiz.

Hedefi belli olan iletişimde tüketiciyi ilgilendiren mesajı okumasını sağlayan doğru ve etkili sözcükler seçmek gerekir. Sözcükler dikkati çeken, merak uyandıran, önemli bir mesaj olduğu konusunda alıcıyı ikna eden özellikler taşınmalıdır. Sözcükler mesajları alıcıya aktarır. Fakat sözcükleri yanlış seçilen bir metin, hatalı düzenlenmiş mesajlar görsel unsurlarla, etkili bir grafik veya tipografik tasarımla düzeltilemez ve iletişim faaliyetinin başarısızlıkla sonuçlanmasına sebebiyet verir.

Tekrar başarılı bir iletişimde oldukça önemli bir unsurdur. Tekrarlama, iletilmek istenen mesajın aynı iletişim kanalı içinde yinelenmesi olur. Broşür tasarımında önemli bir mesajı vurgulanmak isteniyorsa, özel yazı karakteri ya da yazıya efekt vermekle mesajın etkisi daha güçlü bir hale getirilebilir.

## **2.7. Broşür Tasarımına Hazırlık**

Broşürü hazırlarken öncelikle ne tür bir broşür hazırlayacağımızı bilmemiz gerekir. Konunun belirlenmesi içerik açısından oldukça önemlidir. Broşürle ilgili bilgileri eksiksiz bir şekilde elde etmeliyiz. Müşterinin ihtiyaçlarını, faaliyet alanlarını, pazar analizini iyi tespit etmek gerekir.

Hedef kitleyi belirleyip, hedef kitlenin yaşı öğrenim durumu, cinsiyeti hedef kitleye iletteceğimiz mesaj açısından önemli bir faktördür. Broşürün formatının belirlenmesi; ne tür bir broşür olacağı, kullanım yeri; nerelerde kullanılacak ya da dağıtımını nerelerde gerçekleştirecek, boyutuna karar verilmesi; kaç sayfa olacağı, kırımın kaç kırım olması gerektiği ve hangi sütuna neyin yerleşeceğine karar verilmesi önemli ön hazırlık aşamalarıdır. Bu konuları göz önüne alarak bilgiler de saptandıktan sonra eskiz hazırlanarak, müşteriye iletilebilir. Hazırlanan eskiz daha sonra geliştirilerek, renkleri gerçek baskıya yakın değerlerde çıktısı alınır ve maket hazırlanarak müşteriye ulaştırılır. Yapılan bu çalışma karşılıklı olarak müşteri ve grafik tasarımcı arasında güven duygusunu oluşturur.

### **2.7.1. Planlama**

Tasarıma başlamadan önce müşteriden almamız gereken birtakım öncelikli bilgiler vardır. Bunlar sırasıyla; taslak hazırlamak, işle ilgili metin, resim, dia gibi (dijital, görsel) malzemeleri temin etmektir. Görsel malzemelerin yıpranmamış ve çok temiz bir şekilde tasarımcıya ulaştırılması gerekir. Tasarımcı grafik tasarımı hazırlarken baskı tekniklerine uygun çalışırsa, sağlıklı ve sorunsuz ürünler ortaya konulur. Bilgilerin nasıl ve ne şekilde tüketicilere iletileceği önemli bir konudur. Bilgiler net, sade ve tüketicinin kolay okuyabileceği bir şekilde broşürde yer almalıdır. Bilgi ve istenilen mesajı iyi bir şekilde dengeleyip sunmak gerekir. Slogan, ana mesaj ve destekleyici mesajlar görseli tamamlayıcı bir şekilde broşürde yerini almalıdır. İçerik görselden kopuk olmamalıdır. Broşürün sayfa sayısı ve sayfa boyutu, formatı, kullanım yerini belirlemek, broşürün uzunluğuna karar vermek, katlama sayısına karar vermek, hangi sütunda neyin ne kadar yer alacağına karar vermek, metnin uzunluğuna karar vermek vs. broşür planlama için önemli unsurlardır.

### **3.7.2. Hedef Kitle**

Hedef kitle ulaştırılmak istenen mesajın, hedeflendiği grup ya da kitledir diyebiliriz. Hedef kitlenin yaşam tarzı, ön eğilimleri etkilendiği çevre satın alma koşullarını etkileyen süreçlerdir. Hedef kitlenin belirlenmesi, zamanın ve mali kaynakların dikkatli bir şekilde kullanılması için önemli bir

süreçtir. Broşüre başlamadan önce dikkat etmemiz gereken hedef kitle merkezli stratejik yöntemler vardır. Hedef kitle için konu tanıdıksa, örneğin kalp sağlığıyla ilgili bir broşür hazırlanacaksa ve hedef kitle sağlık çalışanlarıysa, broşürde yer alan tıp terimleri yabancı gelmeyecektir. Eğer hedef kitle çocuklarla ilgili bir anaokulu projesini ilgilendiren broşür çıkarmaksa, ebeveynlerin algılayabileceği genel ifadelerin broşürde yer alması gerekir.

Broşür hedef kitleye bilgi mi vermeyi amaçlıyor yoksa ikna etmeyi mi hedefliyor. Eğer ikna etmeyi hedefliyorsak, duygusal ve öznel bir dil kullanılmalıdır. İkna edici metin örneği:

“Diğerlerinden daha iyi bir halkla ilişkiler yüksek lisans programı var mı? Evet. Anadolu Üniversitesi”

“Osteoporozdan etkilenmeyecek 3 kadından 1’i siz olun!”

Bilgi verici metin örneği:

“Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler Yüksek Lisans Programı.”

“Osteoporoz her 3 kadından 1’ini etkilemektedir.

”İkna etme çabasında, okuyucunun ne yapması isteniyorsa o ifade edilmeli. Bir ürünü alması, bir adayı desteklemesi, hisse senetleri için yatırım yapması mı isteniyor? İkna, sadece, hedef kitle ne hakkında ikna edilmek istendiğini bildiği zaman çalışır (Broşür, Anonim, b.t.)”

Broşürün hedef kitle için nasıl kullanılacağı da önemli bir konudur. Örneğin broşür sağlıkla ilgili konulardan obezite ve metabolik hastalıklarla ilgili bilgi içeriyorsa, hedef kitle de obezite hastalarını ilgilendiriyorsa broşür uzun süreli kullanılabilir. Kalori ve beslenme bilgileri bunlara örnek verilebilir. Bunun için kaliteli kâğıda baskısı yapılabilir ve baskının üzerine broşürün uzun ömürlü saklanabilmesi için selefon kaplanabilir. Eğer broşür okunacak ve atılacaksa saklanması amaçlanmıyorsa, yüksek maliyetli bir broşür üretmeye gerek yoktur.

### 3.7.3. Mali Portre

Baskı materyalimiz kâğıt olduğu için kullanılacak ebatlar belli standarttır. Firenin en aza indirgenmesi, maliyet açısından önemli bir kuraldır. Kâğıtlar bobin şeklinde üretilir ve tabaka ya da bobin olarak kilo ile satılır. Üretilen tabaka kâğıtların belli standartları vardır ancak tirajı fazla olan fireli işler için bobinden özel ebat kâğıt kestirilebilir. Kâğıtların ağırlıkları gramaj olarak sınıflandırılır. Maliyet açısından bu unsurları göz önünde bulundurmak gerekebilir. Sayfa miktarı ve ebat, kaç adet üretileceği, kâğıdın cinsi ve baskı sonrası işçilik maddiyatı etkileyen nedenlerdir. Aslında tasarıma gelen sınırlandırmalar müşteriden kaynaklanan maddi sıkıntılardır.

Gerektiği halde ekstra renk kullanılmaması, özel dokulu yüksek gramajlı kâğıt yerine, düşük gramajlı kâğıt kullanılması kaliteyi etkilediği gibi, tasarımcının özgürlüğü de sınırlanmış olur. Baskıdan sonra işleme alınan laminasyon, özel kesim varak yıldız gibi uygulamalar da maliyeti etkileyen unsurlar arasındadır.

### 3.BÖLÜM

## BROŞÜR TASARIMI ve TEMEL ÖZELLİKLERİ

### 3.1. Broşür Tasarımına Giriş

Broşür reklam sektöründe etkili bir unsurdur. Broşürler açıklayıcı ve tanıtıcı materyallerdir. En iyi tasarıma sahip olanlar ve kaliteli kâğıda basılmış olan broşürler, akılda kalıcı olanlardır. Broşürler genel olarak küçük ebatlıdır. Küçük ebatlı olması sayesinde kolayca her yere sığar ve taşınması kolay olur. Broşürler kitapçık şeklinde olabileceği gibi katlamalı olarak da üretilirler.

Genellikle günümüzde en çok kullanılan broşür ebatları A5, A4, A3 broşürlerdir. Broşürler ortasından katlamalı olabilir, içerik sayfası çok doluysa akordeon katlama da olabilir ya da broşür için özel bıçak kesimler de yapılabilir. Örneğin tasarım A4 boyutunda hazırlanır baskıdan sonra, tek kıvrımlı ya da iki kıvrımlı olarak uygulanabilir. Kâğıt cinsi olarak özellikle kuşe kâğıt ve 1. Hamur kâğıt tercih edilir. Broşürler genelde kısa vadeli reklam kampanyası için üretildiklerinden, özel renk maliyeti arttıracığından dolayı kullanılmaması daha uygun olur. Belirttiğimiz bu konuları broşürde dikkat edilmesi gereken noktalar başlıklı yazımızda daha geniş anlatacağız.

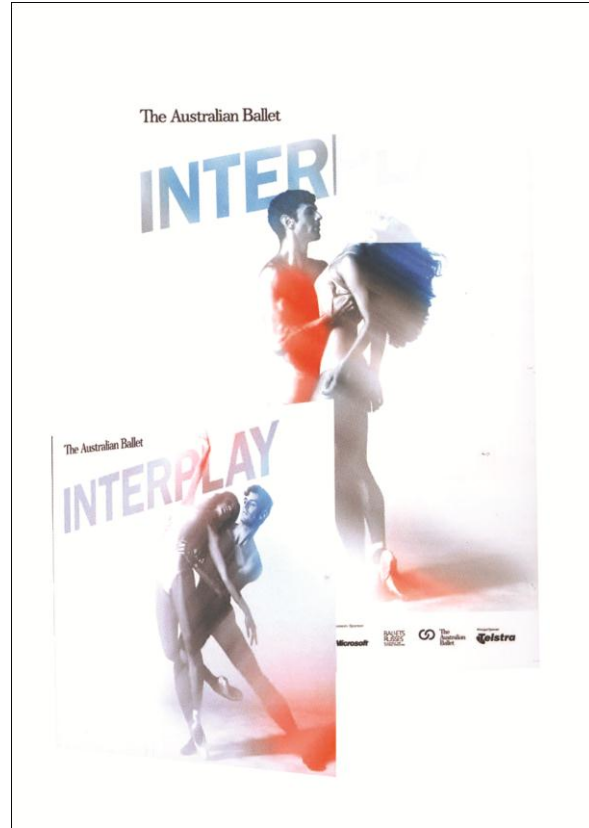
### 3.1.2. Broşür Tasarımında Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

Basılı materyallerin temel malzemesi olan, kâğıdın farklı özellikleri vardır. 40 gramdan 350 grama kadar farklı yapıya sahiptir. Broşür katlanan bir yapıya sahipse, yüksek gramajlı bir kâğıt tercih etmemeliyiz. Yüksek gramajlı kalın kâğıtlar kırım sayısı çok olacak broşürlerde, şişmelere neden olur ve kırım yerlerinin çatladığı görülür. Kâğıdın yapısı da tasarım için önemli bir aşamadır. Kâğıdın dokusu, cinsi mürekkebe olan duyarlılıkları da tasarımı etkiler.

Tasarımda milimetrelerle çalışıldığı için, ölçümleme dikkat gerektiren bir iştir. Bir milimetre bile yanlış tasarlanırsa, broşür katlanamayacağı için baskı hatalı olacağından, tekrar basılması gerekebilir. Bu sebeple broşürün basım tekniklerini iyi bilen bir kişi tarafından hazırlanması gerekir. Tasarım sürecinde firmanın veya ürünün bilgilerini tamamen edinmemiz gerekir. Kurumun logosu, amblemi, kurumsal fontları, kurumsal renkleri gibi vs. bilgileri öğrendikten sonra tasarıma başlamamız uygun olur. Bu bilgileri edinmeden işe başlamak, boşuna zaman ve emek kaybını beraberinde getirir. Tasarımda

görsel unsurlar için fazla simetrik düzenlemeden kaçınmalıyız. Ölçülü kullanacağımız asimetrik düzenle tasarıma biraz hareketlilik ve dikkat çekicilik katabiliriz.

Sayfanın okunurluluğunu arttırmak ve estetik bir görüntü kazandırmak için, beyaz boşluğu dengeli bir şekilde bırakmalıyız. Ayrıca okunurluluğu ve görüntüde estetik görünümü güçlendirmek için, gerekmediği takdirde gövde metinlerini büyük harflerle yazmamalıyız. Broşürün asıl amacı tüketicinin neyi ne kadar bilmesi gerektiğidir. Dolayısıyla kısa metinler kullanmak broşür için en ideali olacaktır. Kalın ve italik tarzda yazıları da metnin tamamında kullanmamak gerekir. Kalın ve italik yazı daha çok vurgulanması gereken yazılarda kullanılmalıdır. Dikkat çekmek için metinde başlıklar ayrı font, gövde metni için ayrı font kullanılabilir. Dekoratif tarzda yazı tiplerini kullanırken, metnin okunaklılığına ve tasarıma uyumlu olması gerekmektedir.



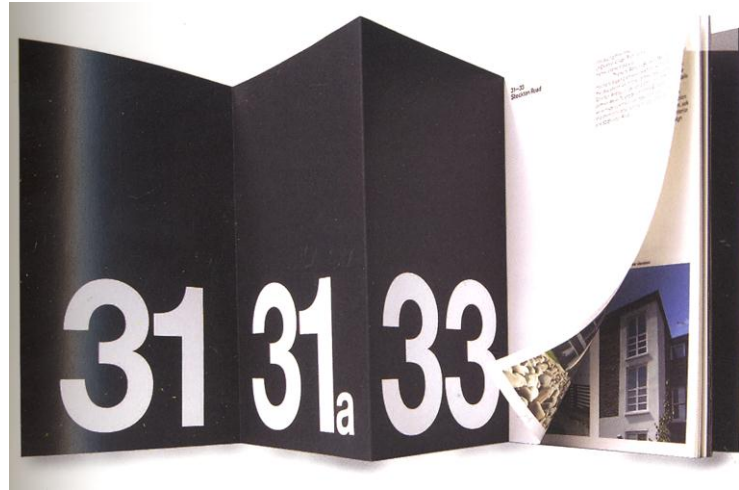
**Kaynak:** Ambroseve Harris, 2010:125

**Şekil 3.1.** Beyaz Boşluğu Dengeleyen Görsel

Broşür tasarımına başlamadan önce formatı belirlemek yani düzenleme şekline karar vermek oldukça önemlidir. Her formatın broşürde kolaylıkla

kullanılabileceğini düşünmek söz konusu değildir. Kitap ya da dergi için oluşturulan sayfa düzeni broşürde geçerli olmayabilir. Genel olarak broşürde bulunan sayfalar ebat olarak kitap ya da dergiden küçük olduğu için, yapılacak olan tasarımın bu ebatlara sığması gereklidir. Örneğin tüketiciyi ikna etmeye yönelik bir çabamız varsa, sorunu çözme mantığıyla broşürümüzü hazırlamamız gerekir. Eğer broşürümüz 4 sayfa ise bunu bir sayfasını ürün tanıtımına, geriye kalan 3 sayfasını da çözüm yollarını açıklamak için kullanabiliriz.

Broşürün gelişmesine katkı sağlayan bir diğer unsur da konsepttir. Belirli bir konsepte oturmayan broşür tüketici üzerinde etkisiz bir rol oynar. Broşür görünüş ve içerik olarak bir düşünceyi değiştirebilmeli ve mesajı satabilme özelliğine sahip olabilmelidir. Mesajlar vurgulayıcı olmalıdır ki broşürü okumayı istemeyecek kişilere gittiğinde bile dikkat çekebilsin. Genel olarak herkes tarafından bilinen bir ürünü yeni bir şekilde sunmak başarılı bir çalışmadır. Ancak bu bilinen ürünü farklı bir şekilde ele almak kabullendirme konusunda sıkıntı yaşatabilir. Seçtiğimiz sözcükler, kullanacağımız renkler ve uygulamayı düşündüğümüz tasarım gerçekleştirmek istediğimiz imajın ortaya çıkmasına yardımcı olur.



**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010: 57

**Şekil 3.2.** Çift Katlamalı Bir Konsept Broşürü

Yukarıdaki broşür kapağının çift katlamalı olması kapılarda gördüğümüz, konut numaralarını ön plana çıkarıyor. Broşürün temel görsel imgesini oluşturuyor. Sadece bir yapı ya da yapı geliştirme projesi değil, içinde yaşanan mekânlar olduğu fikrini veriyor.



İmaj broşürü çok net olmayan bir konu olduğu için, hazırlanması zordur. Bilgi verici broşür ise somut ve bütünlük gerektirdiği için hazırlanması daha kolay bir süreçten geçer. Broşürün içeriğini hazırlarken dikkat etmemiz gereken önemli bir nokta da bilgileri doğru toplamamız gerektiğidir. Bazı konudaki broşürler özel ilgi alanlarına hitap ederek hazırlanır. Örneğin bir sağlık broşürü sağlık birimiyle çalışan kişileri ilgilendirebilir. Tıbbi bir bilgi yazmamız isteniyorsa, bu bilgiyi doğru bir şekilde elde etmeliyiz. Broşürleri uzun ömürlü olarak nitelendirebilmemiz mümkündür. İhtiyaç duyulduğunda çoğu kez tekrar bakılır ve el altında tutulur. Örneğin sağlık, eğitim, turizm vs. bilgilendirmeyi amaçlayan broşürler uzun süreli saklanabilir.

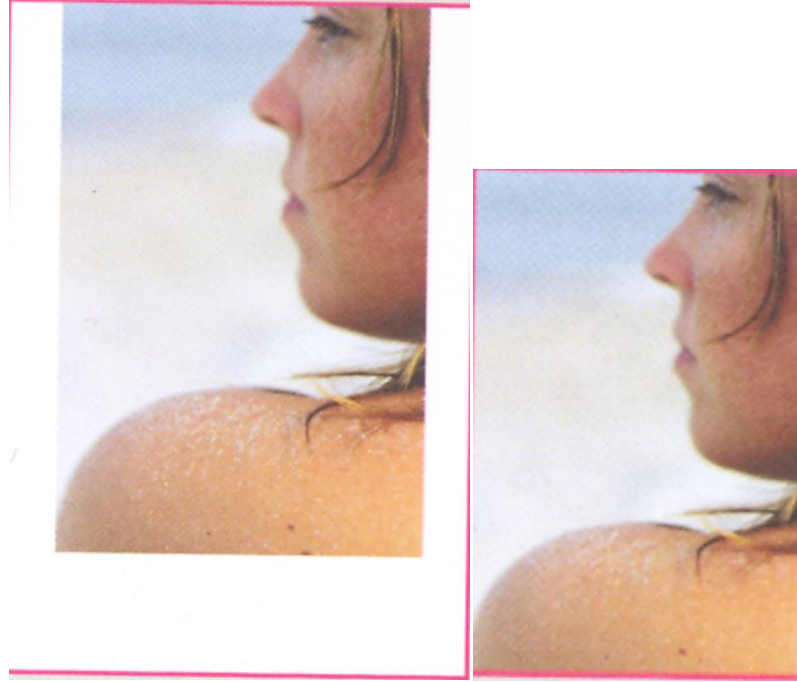
Broşürde konsept oluşturulup metin yazıldıktan sonraki önemli kısım sloganın oluşturulmasıdır. Slogan vermek istediğimiz mesajda etkin rol oynar. Ayrıca semboller, grafikler, tablolar gibi görsel öğelerin düzenlenmesinde de destek olur. İçeriği ve görselliği incelenen broşürün, boyutuna ve biçimine karar verilmelidir.

Broşürün kullanım yerini belirlemek tasarımda belirleyeceğimiz üslup için de oldukça önemlidir. Broşür eğer geniş bir basın dosyasının bir parçası olarak kullanılacaksa, basın dosyasında yer alan diğer malzemelerle stil olarak benzerlik göstermelidir. Örneğin basın dosyasında kullanılan malzemeler resmi ise broşürün içeriği de resmi olarak hazırlanmalıdır. Tek başına kullanılacaksa, broşürde bilginin tamamının anlatılması ve basın dosyasına bağlı kalmaksızın istenilen içerikte hazırlanması uygun olabilir.

Broşürde ilk ve son sayfaların nerede duracağı önemli bir konudur. Kapak sayfası olarak adlandırabileceğimiz ilk sayfa herhangi bir bilgi içermekten ziyade, okuyucunun dikkatini çekerek iç sayfalara yönlendirir. İlginç bir soru, dikkat çekici bir fotoğraf broşürün ilk sayfasında merak uyandıran unsurlardır. Broşürün son sayfasında genellikle iletişim adresi, telefon, faks, e-mail v.b. gibi bilgiler yer alır ayrıca son sayfa beyaz alanın en çok kullanıldığı sayfadır. Girintili kısa paragraflar broşürde oldukça sık kullanılır. Broşürde girintili kısa paragraf kullanmak okuyucuya bağımsız olarak herhangi bir paragraf okuma özgürlüğü tanır.

Kullanacağımız fotoğrafın boyutları, görüntü işleme programında içerik metnine göre büyütülerek çalışılabilir. Bağımsız olarak boyutları değiştirilebilen fotoğraflar, üzerlerinde çalışılması amacıyla çalışılan sayfanın

üzerine yerleştirilebilir. Sayfa ebadını değiştirmek, görsel boyutunu değiştirmez fakat çevresindeki çalışma alanını daraltabilir ya da genişletebilir. Sayfa ebadı fotoğraftan daha büyük olarak değiştirildiğinde, boş alanlar görsel işleme programında artalan rengeyle doldurulur. Eğer sayfa ebadı daha küçük çalışılacaksa, bu sefer görseli kırmak gerekli olacaktır. Her aşamasının tamamlandığına emin olunduktan sonra broşür sağlıklı bir şekilde baskıya verilebilir.



**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010: 219

**Şekil 3.3.** Fotoğraf Boyutu Değiştirilmiş Görsel

### 3.1.3. Tipografinin Broşürdeki Yeri

Tipografi Yunanca'da "typos" form "graphia" (yazmak) sözcüklerinden türemiş olan typographia sözcüğünün Türkçe halidir. Tipografi, yazı karakterlerinin iki boyutlu yüzeye aktarılmasında estetik kaygılar ve okunabilirlik gibi unsurlar taşır. Genel anlamda yazılı iletişimin bütün alanlarında kullanılan harf, çizgi, noktalama işaretleri, sayı ve semboller tipografik karakterler olarak adlandırılırlar. Harf, satır, sütun, sözcükler tipografinin temel taşlarıdır. Tipografi yazıyı bir forma dönüştürür. Göze nasıl hitap edeceğini anlatan bir sanat dalıdır. Yazı ve tipografi mesajın iletilmesindeki ana temalardan biridir.

Tipografi okuyucu ile belirli bir amaç için bilgi alışverişi sağlar. Örneğin broşürde karmaşık ya da uzun bir bilgi yer alıyorsa, bunu dekoratif yazı karakterlerinden uzak, yalın bir şekilde anlatmalıyız. Ancak belirli üslup geleneklerine bağlı, tek yönlü bir tipografi mantığı yaratıcılık ve canlılıktan yoksun, sıradan bir yazı gibi algılanabilir. Çok fazla sayıda ve üst üste kullanılan tipografi görsel kirliliğe neden olmakta ve anlatılmak istenen mesaj işlevini yitirmektedir. Sözcüklerin biçimsel özellikleri yazı karakteri, espas, diziliş biçimi, vereceği mesajı açıklayıcı ve simgeleyici bir işleve sahip olmalıdır.



**Kaynak:** Ambroseve Harris, 2010: 20

**Şekil 3.4.** Bir Tipografik Broşür Örneği

Okunaklılık tasarımcının üzerinde durması gereken bir olgudur. Ayrıca mesaj iletimi, yazıları okunur kılan niteliklerin bütünleşmesiyle sağlanır. Okuyucu mesajı algılayabilmek için az çaba sarf etmesi gereklidir. Tipografik karakterlerin okunaklılığı, söz konusu olduğunda kontrast, yalınlık ve orantı temel unsurlardır.

“Okunaklı bir yazı, etkili bir mesaj için yeterli değildir. Harflerin düzenleniş biçimi, iletişim yöntemi ve boşluklar da anlaşılabilirliği doğrudan etkiler. Okunaklı tipografi, bilgiyi nesnel olarak ileten bir araçtır.

Alfabe uzun bir evrim sonucunda farklı unsurların, yan yana getirildiğinde görsel bir armoni oluşturduğu esnek bir simge sistemine dönüşmüştür. Her harf, bağımsız ve diğerlerinden ayrılan biçimsel özelliklere sahiptir. Harfler arasında belirgin kontrastlar vardır. Yatay, dikey, kıvrımlı ve

eğimli hatlara sahip unsurlar bir sözcük içine dağıldığında kontrast artar ve algılama kolaylaşır (Becer, 2011: 185-186).”

Baskı yüzeyi ile göz arasındaki normal okuma uzaklığının 25-35 cm olduğu gerçeğini göz önüne alırsak, harf boyutunu seçerken dikkatli olmamız gerekmektedir. Dolayısıyla broşürde algılanan yazı ölçüleri, 9 ile 12 punto arasında değişir. Okuyucu kitlesi de harf boyutunu belirlemede etkilidir. Örneğin yaşlı insanlara yönelik bir broşür tasarlayacaksa büyük puntolu harfleri tercih etmeliyiz. Uzun satırlar okuyucuyu oldukça yorar. Göz bir alttaki yazıyı bulmada zorluk çeker. Mümkünse yazı metnini kısa tutmamız okumayı kolaylaştırdığı gibi mesaj iletmede de etkili bir süreç olur. Yazının et kalınlığı da okunaklılığı etkileyen unsurlardan biridir. Çok ince yazılar zeminde kaybolduğu gibi kalın hatlara sahip karakterler ise, yazıda karmaşıklığa sebebiyet verir. Boşluk ve fon harfin okunaklılığını kendi biçimi kadar etkiler. Genellikle okuyucu beyaz zemin üzerinde siyah yazıyı okumaya alışkındır. Fakat farklı renkler kullanıldığında da doğru oluşturulan kontrastlarla okunaklılık bir kayba uğramaz. Aşağıdaki örnekte çizgisel dağılımdaki ara boşlukların netliği, kavislerin yayılımı okunaklılıkta akıcılık sağlıyor.



**Kaynak:** Ganiz, 2012:40

**Şekil 3.5.** Tipografik Bir Çalışma Örneği

### **3.1.4. Broşür Tasarımında Olması Gereken Bilgiler**

Reklam sektöründe firmaların ürünlerini ve hizmetlerini tanıtmak amacıyla, sıkça başvurduğu basılı materyallerden biridir broşür. Tüketiciler her konuda birçok broşür görme fırsatı yakalarlar. Ancak amacına ulaşması ve hedef kitleye hitap etmesi için broşürün konuya yönelik diğer broşürlerden ayrılması için farklı detaylara sahip olması gerekir. Öncelikle kaliteli bir broşür için, sade bir düzen tercih edilmelidir. Broşürde gereksiz ayrıntılara yer vermek yerine, cazip edici ve farkları ortaya koyan bilgiler yer almalıdır. Dikkat çekici

ve vurgulayıcı ifadelere yer verilmelidir. Müşterinin aklında ürünle ilgili soru işareti ve şüphe bırakmayacak şekilde, bilgi verilmesi gerekmektedir.

Broşür kampanyaya özel düzenlenmişse, kampanya görselleri ve slogan anlaşılır, kısa bir şekilde olmalıdır. Özellikle üründe indirim belirlenmişse, bunu daha dikkat çekici bir şekilde belirtmek gerekir.

Broşürde müşterinin firmaya ulaşacağı adres, telefon, faks, vb. iletişim bilgileri bulunmalıdır. Sayfalarca yazı gözü yorar ve okuma isteği azalır. Bu yüzden broşürün içeriği fazlalıklardan arındırılmalı ve çok fazla yazı ağırlıklı olmamalıdır.

Broşürün dağıtım kanalları da ele alınması gereken bir konudur. Buna göre broşürün boyutunu belirlemek gerekir. Broşürde uygulayabileceğimiz özel kesimli ebat ya da baskı sonrası uygulanabilir özel lokasyon broşürü daha cazip edici bir hale getirebilir.

### **3.1.5. Broşür Türleri**

Broşürler tek kırımlı, iki kırımlı, bülten broşür renkli ve renksiz olmak üzere sınıflara ayrılır. Broşür basımında kullanılan malzemeler tercihe göre farklılıklar gösterirler. Broşürler renkli kâğıda ya da hamur kâğıdına basılırlar. Kuşe kâğıtlara yapılan broşürler kâğıdın yapısından dolayı, daha etkileyici bir sonuç verir. Ayrıca renkli tasarlanmış broşürler dikkat çekici bir özelliğe kavuşur.

Broşürün boyutlarını belirlemedeki en önemli etkin özellik, baskı giderleri ve dağıtım yollarıdır. Örneğin posta kutularına dağıtılacak bir broşürün A4 (21x29.7) ebadında olması gereksiz bir masraf ve amacına uygun olmayan kullanışsız bir broşür olacaktır.

**Föy:** “Broşürün bir sayfasıdır. Mücellit işleri gerektirmeyen sadece kesim gerektiren tek yapraklı broşürlerdir.

**İnsert:** Daha uzun süreli ( dayanma süresi haftalık, aylık vb. ) tüketilen, tirajı yüksek 4, 8, 16, 32, 64 sayfalı broşürlerdir. Örneğin marketlerin dağıttığı ürün broşürleri. Broşürler cilt şekline göre de çeşitlilik gösterebilirler. Bunlar tel dikişli veya katlamalı broşürler olarak karşımıza çıkar.

21x29.7 cm, broşürler sayfa sayısı değişir

14.8x21 cm, broşürler sayfa sayısı değişir

10.x14 cm, broşürler sayfa sayısı değişir

10x21 cm Tek kırım 4 sayfa broşür

10x21 cm 2 kırım 6 sayfa broşür

16x16 cm broşürler

22x22 broşürler

33x35 cm broşürler

Broşürün asıl amacı tanıtım olsa da içerdikleri konular açısından broşürler birbirinden farklılık gösterirler. Broşür Tasarım yapılırken, kağıt ölçüleri düşünülmesi gerekir, standart kağıt ölçülerinin askatları düşünülerek, fire verdirmeden ekonomik olması müşteri ve broşürü tasarlayan ve basan sektörü de yakından ilgilendiren bir unsur olduğu gibi doğa duyarlılığı açısından da önem taşımaktadır.

Standart kâğıt ölçüleri

Kuşe,1.Hamur, 2.Hamur, 3.hamur kâğıtlarda

a) 70x100 cm

b) 64x90 cm

c) 57x82 cm

Kartonlar içinde, standart ölçü 70x100 cm dir.

Bu ölçülerin askatlarıyla düşünerek tasarım yapmak yukarıda saydığımız özellikler için önem taşımaktadır.

www.ucz.com.tr

**FIRSAT**  
24 Nisan  
İstanbul'da  
Egzik Süreleri  
İçerisinde

**BEBEK ARABASI**  
₺89,95

- 2 katlı metal yapı gerektirmez
- Ön tekerlek 360 derece dönerli
- Arka tekerlekler emilir, frenli
- 25 kg'a kadar taşıma kapasitesi
- Ürün ağırlığı 5 kg
- Gri, siyah, kırmızı, beyaz, pembe, yeşil, yeşil renk seçenekleri

**ANA KUÇAĞI**  
₺59,95

- Plastik alt taban
- Kumaş kaplama oturma yeri
- 0-12 kg taşıma kapasitesi

**BEBEK BATTANIYESİ**  
₺19,95

- 1300 adetlik
- 130 x 115 cm
- 40°C. derecede çamaşır makinesinde yıkanabilir

**UCZ**  
EN İYİSİ ÇOK UZU!

**MAMA SETİ**  
₺14,95

- 4 parçeli
- Tabak 17 cm
- Çorba/ek mama kasesi 13 cm
- Yumurtada

**ÇOCUK KLOZET ADAPTÖRÜ**  
₺10,95/Adet

- 1-2 yaş
- Max. taşıma kapasitesi: 10 kg
- Kumaş alt kısmı yastıklı
- Çocuk güvenliği için parıltıdan koruyucu

**BEBEK YAN YATIS YASTIĞI**  
₺11,50

- 180 Koton, %20 polyester kılıf
- %100 Polüesteran dikiş
- Kullanan kılıf
- Bebeğinizi güvenle ve rahat uyumaları sağlar

**ALT AÇMA MİNDERİ**  
₺8,95

- %80 Koton
- %20 Polyester
- 40°C. derecede çamaşır makinesinde yıkanabilir

**1001 mağaza**  
Sınırsız  
İstanbul'da!

MasterCard VISA \* Kredi kartı geçerlidir \*

Kaynak: <http://www.aktuelurunler.com/2013/04/ucz-market-24-nisan-2013-aktuel.html>

Şekil 3.6. Föy örneği

Ürün tanıtım broşürleri: Hazır giyim, gıda teknoloji ürünleri, mutfak gereçleri, endüstriyel ürünler vb. ürünlerin tanıtımı için kullanılır.

**Dilim Dilim Lezzet!**

**Size özel Kahvaltı Ziyafeti!**

**Sandviç Sanatı'na da bekleriz!**

Adnan Kahveci Bulv. Şükufe Nihal Sk.  
Adalar Apt. No:1 Yayla / Bahçelievler / İstanbul  
0212 - 442 32 44  
www.merhaba.com.tr

**pasta sanatı**



Şekil 3.7. İki Kıvrımlı, 6 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Gıda Broşürü

**Sağlıkla ilgili broşürler:** Halk sağlığı kurumları, Yeşilay, Kızılay, gibi halkı sağlıkla ilgili bilinçlendirmeyi hedefleyen broşürlerdir.







Şekil 3.8. İki Kırımlı, 6 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Sağlık Broşürü

**Hizmet tanıtım broşürleri:** Otel, çocuk yuvası, hastane, mimarlık vb. pek çok hizmeti kapsayan tanıtım broşürleri bu gruba girer.



**Kaynak:** <http://www.vsakademi.com/Egitimler>

Şekil 3.9. Üç Kırımlı, 8 Sayfalı, Önlü Arkalı Bir Hizmet Broşürü

**Turizm broşürleri:** Herhangi bir ülkeyi dünyaya tanıtmak için ve turistlik yerlerin ilgisini çekmek için kullanılır.



**Kaynak:** <http://www.balikesirturizm.gov.tr/belge1-10195537-turizm-haftasi-kutlaniyor.html>

**Şekil 3.10.** İki Kıvrımlı 6 Sayfalı Bir Turizm Broşürü

**Sanatsal broşürler:** Resim, müzik, tiyatro, plastik sanatlar, edebiyat vb. birçok etkinlikleri festival, sergi ve bienallerin tanıtımını yapan broşürlerdir.



**Kaynak:** [http://grayling-mi.com/attractionsthe-artsattachmentsz\\_art\\_tour\\_brochure](http://grayling-mi.com/attractionsthe-artsattachmentsz_art_tour_brochure)

**Şekil 3.11.** Sanatsal Bir Broşür

**Politik broşürler:** Bir düşüncenin ya da bir grubun faaliyetlerine taraftar toplayabilmek için kullanılan broşürlerdir.

### **3.2. Broşür Tasarımında Kullanılacak Kâğıt Seçimi**

Kâğıtlar özelliklerine göre farklı doku, farklı gramaj ve farklı cinsten mürekkep duyarlılıklarında olabilirler. Kâğıtların bu değişken özellikleri tasarımı da etkileyen faktörler arasındadır. Bu sebeple broşür tasarımı yaparken kâğıt gramajı, renk ve kâğıdın boyutunu dikkate almamız gerekir. Bu faktörler tasarımın boyutu, baskı tekniği ve maliyetine etki eden kriterler arasındadır.

Dokulu ve pütürlü bir yüzeye sahip kâğıt üzerinde özellikle fotoğraf gibi görsel öğeler kâğıt yüzeyinde iyi sonuçlar vermeyebilir. Çünkü kâğıt üzerinde bulunan gereğinden fazla doku özellikle fotoğrafın bulunduğu bölümde kâğıdın boyayı emmesiyle, iyi sonuçlar elde edilmeyebilir. Görsel öğelerin bulunduğu, kâğıt yüzeyinde kaliteli sonuç elde etmek istiyorsak, dokulu bir kâğıt kullanmamamız gerekir.

Broşür tasarımında kâğıt seçimi broşürün katlama biçimine, hedef kitle ve içeriğine göre değişkenlik gösterir. Örneğin broşürde bir restoran tanıtıyorsak içerik olarak yiyeceklerin albenili gözükebilmesi için parlak kuşe kâğıt kullanmamız uygun olacaktır. Tam zıttı kurumsal bir firmaya broşür tasarlayacak olsak, mat kuşe kâğıt tercih etmemiz daha yerinde olacaktır. Mat kuşe kurumsal firmanın sunduğu hizmetin kalitesini daha açık bir şekilde ortaya koyar. Firmayı tanıtan broşürün uzun ömürlü olmasını tercih ediyorsak, broşürün üzerini baskıdan sonra, koruyucu özelliği olan mat selefona kaplayabiliriz. Böylelikle broşürün kalitesini daha da arttırabiliriz. Fotoğrafa yönelik renk kaygısının bulunmadığı daha çok illüstrasyon ağırlıklı görseller, yazıların ön planda olduğu ve gençlere yönelik tasarımlarda 1. Hamur kâğıt tercih edilebilir. 1. Hamur kâğıt emici özelliğinden dolayı renkler soluk çıkar. Ayrıca evlerde, ofislerde kullanılan A4 kâğıdın yapısal özelliğine sahiptir.

Broşür için kuşe kâğıda baskı alınacaksa, 90-300 gr arası 1.hamur kâğıda baskı alınacak ise, 80-160 gr arası kâğıt tercih edilmelidir. Çok fazla

kırımın olacağı işlerde kırım üzerindeki renklerde çatlama görülmemesi için yüksek gramajlı kâğıtlar kullanmamamız gerekir. Az kırımlı tasarımlarda kalın gramajlı kâğıtlar kullanılabilir. Broşürle birlikte kullanılan CD tarzı malzemelerin mukavemeti için kalın gramajlı kâğıtların kullanılması daha uygun olur.

### **3.3. Broşürde Katlama Çeşitleri ve Kullanılan Boyutlar**

“Sayfa organizasyonu katlama özelliklerine göre değişiklik gösterir. Bir broşürde sayfa organizasyonundan sonra dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta, broşürün kullanılan renk ve biçim açısından bütünlük arz etmesidir. Özellikle katlamalı broşürler açılarak okunduğundan sayfaların bir bütünlük arz etmesi oldukça önemlidir. Bunların dışında ön ve arka kapaklara gereken önem verilmeli ve resim ve metinler belli bir düzen içerisinde yer almalıdır (MEB, 2007).”

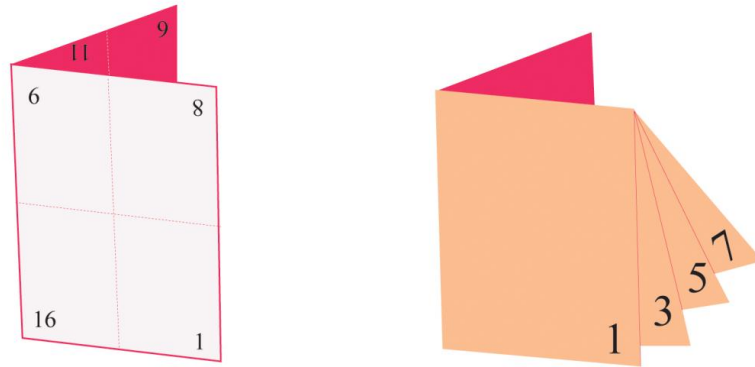
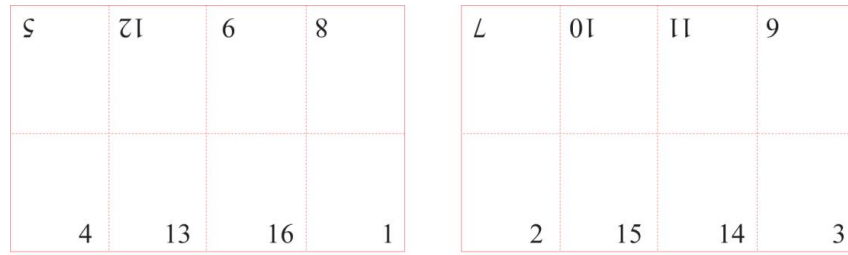
Broşürler genellikle A4 (21 cm x 29,7 cm) ebadında tek ya da iki kırımlı olacak şekilde hazırlanırlar. Broşür dağıtım aşamasında gazete ve dergi aracılığıyla olsun, elden dağıtım aracılığıyla olsun A4 ebat daha uygun olduğu için genelde bu ebatla tasarlanırlar. Broşürler tabii ki sadece A4 ebadında değil farklı ebatlarla da tasarlanabilir. Broşürlerin farklı boyutları ve birçok katlama şekli vardır. 4, 6, 8, 12, 16 sayfalı katlamalı, bohça kırım, paralel kırım, dikine kırım, akordeon kırım, tel dikişli olarak değişiklik gösterirler. A3 boyutunun iki kez ikiye katlanmasıyla 6 sayfalık bir broşür elde edilebilir. Broşürü her katlandığında iki ya da daha fazla sayfa eklenir. Katlama şekli broşürün forma ve montaj işini de belirler. Kâğıt katlamasına göre içte ve arka yüzeyde kalan katlanan sayfaların boyutlarının, ön sayfaya göre biraz daha küçük olması gibi teknik bilgiler de dikkate alınmalıdır. Az sayfalı işlerde katlama, çok sayfada ise tel dikiş uygulanır. Broşür tasarımına başlamadan önce katlama şekli ve kullanılacak boyutu da belirlemek gerekir.



**Kaynak:** <http://www.geneticajans.comtrblogoku3>

**Şekil 3.12.** Akordeon Kırım Broşür Çalışması

Akordeon şeklindeki bu broşür, seri bir şekildeki paralel katlama biçimidir. Akordeon katlama, dış sayfa panelinin iç sayfa panellerinden daha geniş olmasını gerektirir. Kâğıdın kalınlığı, ürünün rahat biçimde katlanması için panel ölçülerini etkileyebilir.



**Şekil 3.13.** Forma Düzeni

Şekildeki çizimde üç defa katlanarak, 8 yaprak veya 16 sayfa oluşturan forma biçimi görmekteyiz. Forma düzeni, önce dikey, sonra yatay sonra tekrar dikey olarak katlanır. İlk katlama dikey, ikinci katlama yatay, formayı oluşturan son katlama dikeydir ve yukarısından kesilir.



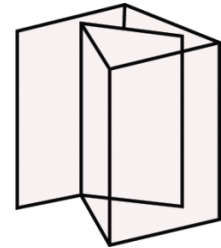
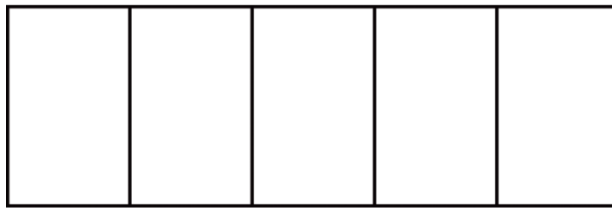
**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010: 254

**Şekil 3.14.** Düz Tel Dikiş Ciltleme Türüne Bir Örnek



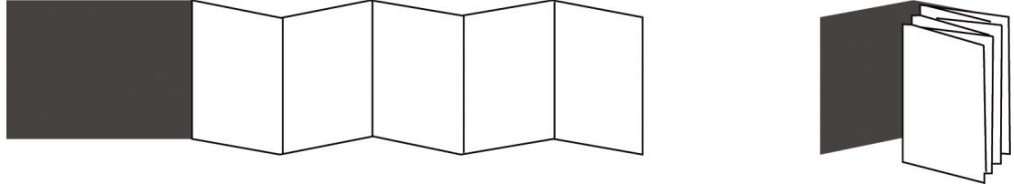
**Kaynak:** <http://www.vsakademi.com/Egitimler>

**Şekil 3.15.** Omega Tel Dikiş Ciltleme Türüne Bir Örnek



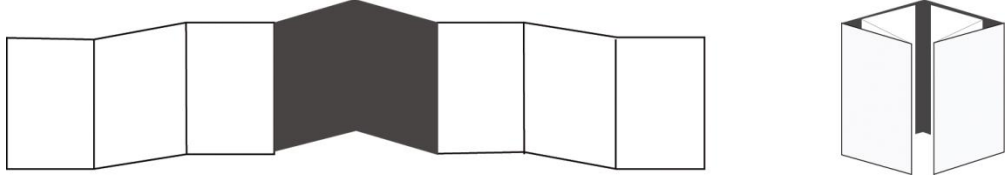
**Şekil 3.16.** Bohça Kırımı Anlatan Bir Örnek

Kâğıdın kırılmasıyla oluşturulan panellerin her birinin aynı yöne, yani kâğıdın döne döne içeriye doğru katlanmasıyla oluşturulur. Katlandığında yayının potluk yapmaması için, içe doğru dönüldükçe oluşan sayfaların enleri her seferinde biraz daha daralacak şekilde kırım yapılır.



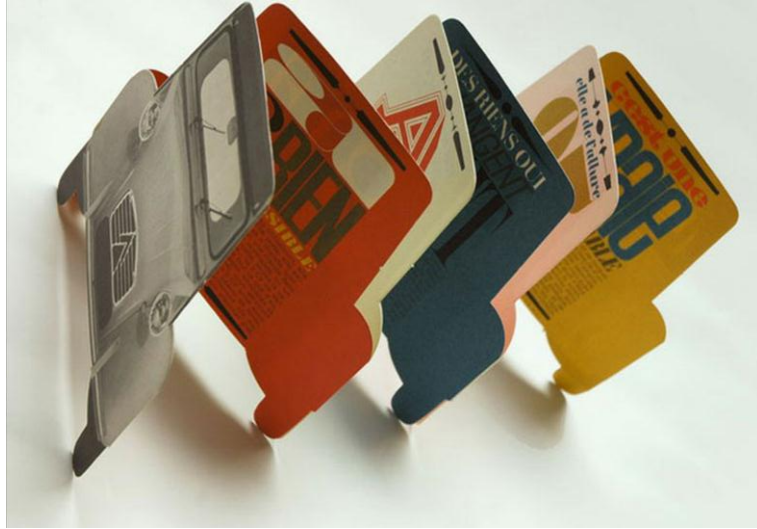
**Şekil 3.17.** Kapaklı Kırımı Anlatan Bir Örnek

Akordeon şeklinde katlanan panellerin, en dış ve uçta kalan iki panelin içinde kalacak şekilde katlanmasıyla yapılır. Dışta kalan iki panelin, içeriye katlanan diğer panellerden daha uzun tutulması potluğu önleyecektir.



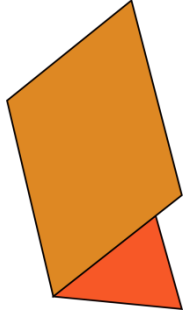
**Şekil 3.18.** Pencere li Kırımı Anlatan Bir Örnek

Katlanmak üzere paneller halinde kırılan kâğıdın en dışta kalan panellerden başlanarak her iki yönden ortaya doğru akordeon şeklinde katlanmasına verilen isimdir.

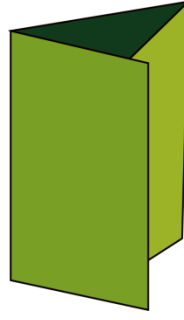


**Kaynak:** <http://www.geneticajans.comtrblogoku3>

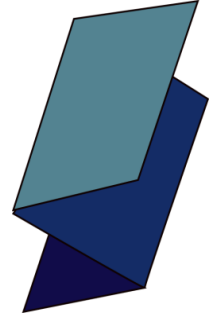
**Şekil 3.19.** Akordeon Kırımlı Broşür



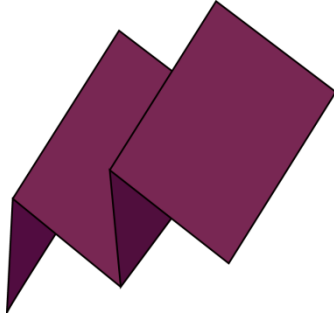
Tek Kırım  
Yarım Katlama



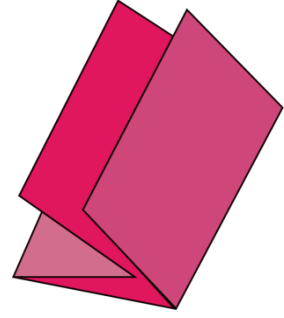
İki Kırım  
C Formunda Katlama



İki Kırım  
Z Formunda Katlama



Üç Kırım  
M Katlama



Üç Kırım  
Çift Katlama

**Şekil 3.20.** Tek, İki ve Üç Kırımı Anlatan Broşür Örnekleri

### 3.4. Baskı ve Baskı Sonrası

Broşür baskıya gitmeden önce kırım, kesim ve taşma payları belirlenmelidir. Taşma payının en az 3 mm ve en fazla 5 mm olarak verilmesi gerekir. Baskı broşürün tirajına göre ofset baskı ya da dijital baskıda yapılabilir. Baskı dört renk (trigromi) veya özel renkle yapılabilir. Baskı işlemi gerçekleştirildikten sonra, broşürün daha kalıcı olmasını sağlamak, renklerini korumak için ön ve arka yüzüne parlak veya mat selofan uygulanabilir. Parlak selofan broşürdeki fotoğrafların canlılığını korur ve güzel bir görüntü sağlar. Mat selofan ise daha çok hizmet sektöründeki broşürler için daha uygun



olacaktır. Baskı sonrası gerçekleştirilen diğer bir işle ise ultraviyole lak uygulamalarıdır. Bu uygulama broşürde estetik açıdan farklı bir etki yaratabilir. Markanın ön plana çıkmasını istiyorsak logonun üzerine lak uygulaması gerçekleştirebiliriz. Broşürde sadece bir bölgenin daha canlı gözükmesini istiyorsak, tasarıma bağlı olarak örneğin su damlaları, kum gibi görsellerin üzerine bölgesel lak ya da parlak lak uygulanabilir. Broşürlere sadece düz kesim değil, özel kesimde uygulanabilir. Özel kesimler ilginç broşürler ortaya çıkarabilir. Ayrıca okuyucuda bir sonraki sayfayı çevirmek adına merak uyandırabilir.



**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010:163  
**Şekil 3.21.** Lokal Lak Örneği



**Kaynak:** <http://www.modny73.com/graphics/25-die-cut-brochure-design-ideas-for-your-next-print-activity/>

**Şekil 3.22.** Özel Kesimli Bir Broşür

**BASKETBOL ve VOLEYBOL SPOR OKULU ANTRENMANLARI**

**BASKETBOL**  
HAFTA SONU Cumartesi - Pazar  
09:00 - 10:00 (1993 - 1994 - 1995 Doğumular)  
10:00 - 11:00 (1996 - 1997 - 1998 Doğumular)  
11:00 - 12:00 (1999 - 2000 - 2001 Doğumular)

**VOLEYBOL**  
HAFTA SONU Cumartesi - Pazar  
12:00 - 13:00 (1993 - 1997 Arası Doğumular)  
13:00 - 14:00 (1997 - 2000 Arası Doğumular)

**SALI-PERŞEMBE**  
16:15 - 17:15 (1997 - 2002 Arası Doğumular)  
Basketbol: Küçük - Yıldız - Genç Takım antrenman gün ve saatleri için bilgi alınız.

**ÇOCUKLAR İÇİN YÜZME SPOR OKULU ANTRENMANLARI**

HAFTA SONU Cumartesi - Pazar  
09:00 - 10:00 (1992 - 1993 - 1994 Doğumular)  
10:00 - 11:00 (1995 - 1996 - 1997 Doğumular)  
11:00 - 12:00 (1998 - 2001 Arası Doğumular)  
12:00 - 13:00 (1992 - 1993 - 1994 Doğumular)  
13:00 - 14:00 (1995 - 1996 - 1997 Doğumular)

HAFTA İÇİ Salı - Perşembe  
16:00 - 17:00 (1997 - 2000 Arası Doğumular)  
17:00 - 18:00 (1992 - 1997 Arası Doğumular)  
19:00 - 20:00 (1992 - 2000 Arası Doğumular)

**YETİŞKİNLER İÇİN YÜZME KURS SAATLERİ**

HAFTA SONU Cumartesi - Pazar  
Gündüz: 09:00 - 10:00 Öğlen: 13:00 - 14:00  
Gündüz: 10:00 - 11:00 Öğlen: 14:00 - 15:00

HAFTA İÇİ Salı - Perşembe  
19:00 - 20:00

**SATRAŇ, RİTM, ORG ve GİTAR KURSLARI**

SATRAŇ Cumartesi: 11:00 - 12:00	ORG Salı: 16:15 - 17:15
RİTM Pazartesi: 16:15 - 17:15	GİTAR Çarşamba: 16:15 - 17:15

*"Ben sporcuların zeki, sevilir ve aynı zamanda akıllıca kişileri severim." Atatürk*

**BEYKENT SPOR KULÜBÜ OLARAK AMACIMIZ**

- Yenilenen tesislerimizde çocuklarımızın ve gençlerimizin uzman antrenörler eşliğinde sağlıklı bir ortamda spor yapmalarını sağlamak,
- Çocuklarımıza hayatları boyunca gerekli sportif alışkanlıkları kazandırmak, fiziksel,zihinsel ve sosyal gelişimlerini sağlamak
- Boş zamanlarında spor yaparak kötü alışkanlık ve arkadaşlıklardan uzak durmalarını sağlamak.

**HAYATI DA ÖĞRETİYORUZ**

Çocuklarımızı sadece sporu değil takım ruhunu, kazanmayı / kaybetmeyi, düzenli beslenmeyi, sistemli ve disiplinli yaşamayı, ömürleri boyunca sağlıklı bir yaşam için gerekli sportif alışkanlıkları, yani HAYATI öğretiyoruz. Biz onların Sadece Antrenörleri Değil COACH'larıyız!

**Kayıt İçin Gerekli Belgeler:**  
1 Adet Fotoğraf, Nüfus Cüzdanı Fotokopisi ve "Spor yapmasında sakınca yoktur" Sağlık Raporu

**Gerekli Malzemeler:**  
Bane, Gözlük, Havlu, Terlik ve Spor Kıyafeti

**Ayrıntılı Bilgi ve Kayıt İçin:**  
Beykent Eğitim Kurumları: Gürpınar E-5 Yol Ayrımı, Beykent 34500 Beylikdüzü, Büyükçekmece / İstanbul

Basketbol - Voleybol - Yüzme: SatraŇ - Org - Gitar  
(0212) 872 64 32 Dahilli 8419 (0212) 872 64 32 Dahilli 8515

**BEYKENT**  
EĞİTİM KURUMLARI

**BEYKENT KOLEJİ SPOR KULÜBÜ**



**SPOR OKULLARI**

**•YÜZME •BASKETBOL  
•VOLEYBOL •SATRAŇ  
•ORG •GİTAR**

**YÜZME BİLMİYEN KALMASIN!**

**YÜZME**

Yenilenen havuzumuzda, uzman antrenörlerimiz eşliğinde; çocuklar, gençler ve yetişkinler için Yüzme Kurslarımız başlamıştır.



Çocuğunuz yüzme öğrenirken siz de yüzebilir yada aynı anda siz de yüzme kursu alabilirsiniz.

**YETİŞKİNLER İÇİN DE YÜZME KURSU**

Serbest yüzme saatlerinde yüzerek hem kilonuzun kontrol altına alın, hem de günün stresinden kurtulun!



**BASKETBOL SPOR OKULU**

**BASKETBOL**

Basketbol Spor Okullarımız; 7-17 yaş arası tüm çocuklarımıza ve gençlerimize, yenilenen salonumuzda ve uzman antrenörler eşliğinde başladı.



**BASKETBOL TAKIMLARIMIZ**

- KÜÇÜK TAKIM 1994-1995 DOĞUMLULAR
- YILDIZ TAKIM 1993-1992 DOĞUMLULAR
- GENÇ TAKIM 1991-1990 DOĞUMLULAR

Yeni kurulacak takımlarımızda; İhtisastlı bir sporcu olarak liglerde oynayabilir, sen de bir yıldız olabilirsin!

**VOLEYBOL SPOR OKULU**

**VOLEYBOL**

Voleybol Spor Okullarımız; 7-17 yaş arası tüm çocuklarımıza ve gençlerimize, yenilenen salonumuzda ve uzman antrenörler eşliğinde başladı.



**•GİTAR •ORG  
•SATRAŇ**

**UZMAN EĞİTİMCİLER**

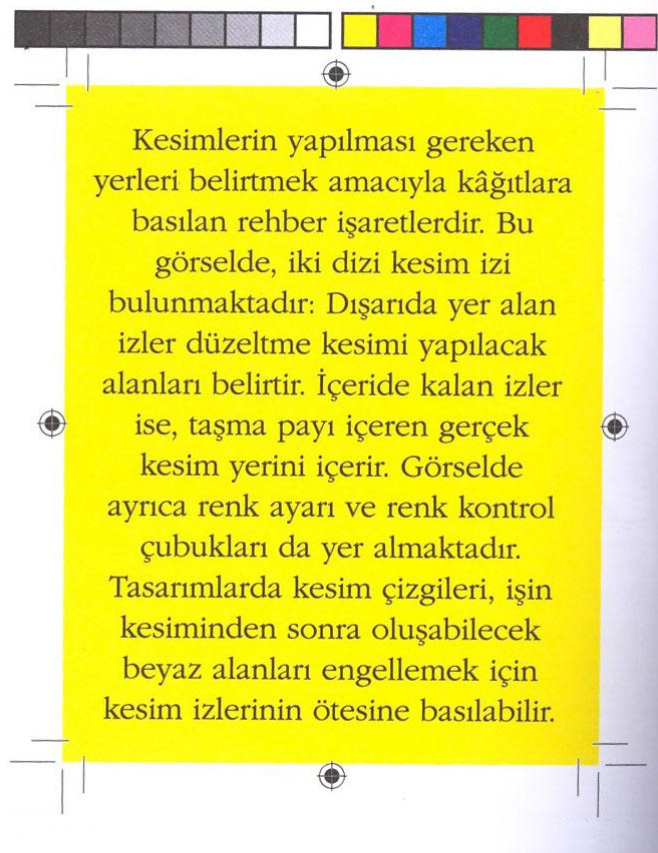


Şekil 3.23. Baskıya Hazır Broşür

Yukarıdaki broşürde görüldüğü gibi yapılan çalışma baskıya gitmeden önce bazı teknik detaylar gözden geçirilerek sonlandırılmıştır. Yukarıdaki örneğimiz A4 ebadında iki kıvrımlı ön ve arka düz revolta, trigromi (cmyk) şeklinde çalışılmıştır.

Bu tarz çalışmalarda zemin renginin traşlama yani taşıma paylarının baskıdan sonraki kesim aşaması için yeterli olduğundan emin olunmalıdır. Örneğin ekteki çalışmada taşıma payı 3 mm bırakılmıştır. Genellikle bu tarz çalışmalarda 3-5 mm arasında taşıma payı bırakılması tercih edilir. Ayrıca çalışma üzerinde kırımların kesim işaretleriyle karıştırılmaması için kırım çizgileri kısa aralıklı kesik çizgilerle ifade edilmelidir. Bu tarz trigromi çalışmalarda kalıpları sağlıklı bir şekilde montajlanması için renk ayırım kroslarının bulundurulması önemli bir araçtır. Eğer trigromi dışında kalıplarda extra (pantone) renk kullanılmış ise kalıbın bir köşesine pantone değeri belirtilmelidir.

**Taşma Payı:** “Bitmiş sayfa boyutunun dışına taşan basılı alan ve sonlandırma işlemiyle fazlalığın atılmasıdır. Taşma payı olmadığı takdirde, bir iş yazıcıdan asla doğru ayarlanarak basılamaz ve kesilmesi gereken alanlarda beyaz kenarlar görünür. Genellikle taşma payı değeri 3 mm’dir ancak farklı ciltleme yöntemleri daha fazlasını gerektirebilir (Ambrose ve Harris 2010: 252).”



**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010: 150

**Şekil 3.24.** Kesim Çizgisi



**Kaynak:** <http://www.vsakademi.com/Egitimler>

**Şekil 3.25.** Özel Kesimli Broşür Örnekleri



**Kaynak:** <http://www.vsakademi.com/Egitimler>

**Şekil 3.26.** Özel Kesimli Broşür Örneği

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**Osteoartrit Nedir?**

Osteoartrit, tüm dünyada en sık görülen eklem hastalığıdır. Creyter göre dünya genelinde yaklaşık 62 yaş ve üzerlerinde yaklaşık 70 milyondan fazla kişi osteoartrit nedeniyle yaşam kalitesinde düşüş yaşamaktadır. Osteoartrit tedavisinde temel yaklaşım, köilerin günlük aktivitelerini sürdürmelerine yardımcı olmak, ağrıyı yönetmek ve yaşam kalitesini artırmaktır. Osteoartrit tedavisinde temel yaklaşım, köilerin günlük aktivitelerini sürdürmelerine yardımcı olmak, ağrıyı yönetmek ve yaşam kalitesini artırmaktır.

Syngemmarfa, Osteo Bi-Flex® Türkiye

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**Osteoartrit Hangi Eklemelerde Görülür?**

Osteoartrit özellikle eklemlerde görülür. Diz, kalça, omurga (bel, boyun) ve parmakların küçük eklemleri, başparmakların el ve ayakta birleştiği eklemlerdir.

**Osteoartritte Ne Gibi Bulgular Görülür?**

Osteoartritte bir dizi kırılganlığı başlangıçta küçük dokular ve eklem hareketi sırasında ağrıya neden olur. Bulgular: ağrı, kısıtlı hareket, eklemde şişlik ve bazen de hareket kabiliyeti azalır. Ağrı bazen günlük basit aktivitelerin dahi yapılmasını engeller.

- Eklemde sürkleme sesi (kavak sesi)
- Yatmadan kalkmadan veya uyanırken oturmadan sonra eklemde tutukluk olması
- Eklem hareket ettirilmesinde (örneğin yürürken) ağrı
- Bel veya bacakta fazla eklemde şişlik ve hassasiyet olması gibi sık karşılaşılan bulgulara sebep olabilir.

**Osteoartritin Önlenmesinde Etkili Faktörler Nelerdir?**

**Yaşam tarzı:** 65 yaşından önce eklemde osteoartrit için en önemli faktörler, kilo ve fiziksel aktivitedir. Yaşam tarzı değişiklikleri, özellikle kilo kaybı ve düzenli egzersiz, osteoartrit riskini azaltabilir.

**Hareketlilik:** Hareketlilik aynı zamanda eklem eklem hareketliliğini artırarak, osteoartrit riskini azaltabilir. Eklem hareketliliğini artırarak, osteoartrit riskini azaltabilir.

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**Denetim Faktörleri:** Bu eklemde osteoartrit genetik olarak kalıtsal olabilir. Osteoartrit tedavisinde, osteoartrit önlenmesi için denetim faktörleri önemlidir.

**Diyet:** Yaşam tarzı ve diyet, osteoartrit riskini artırabilir. Özellikle yağlı yiyecekler, osteoartrit riskini artırabilir. Yaşam tarzı ve diyet, osteoartrit riskini artırabilir.

**Kilo kontrolü:** Kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**Yaşam tarzı ve diyet:** Yaşam tarzı ve diyet, osteoartrit riskini artırabilir. Özellikle yağlı yiyecekler, osteoartrit riskini artırabilir.

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**1. Egzersiz:** Osteoartrit tedavisinde, egzersiz önemlidir. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**2. Kilo kontrolü:** Kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**3. Egzersiz:** Osteoartrit tedavisinde, egzersiz önemlidir. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**4. Farmakolojik tedavi:** Osteoartrit tedavisinde, farmakolojik tedavi önemlidir. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**Osteoartrit Hangi Eklemelerde Görülür?**

Osteoartrit özellikle eklemlerde görülür. Diz, kalça, omurga (bel, boyun) ve parmakların küçük eklemleri, başparmakların el ve ayakta birleştiği eklemlerdir.

**Osteoartritte Ne Gibi Bulgular Görülür?**

Osteoartritte bir dizi kırılganlığı başlangıçta küçük dokular ve eklem hareketi sırasında ağrıya neden olur. Bulgular: ağrı, kısıtlı hareket, eklemde şişlik ve bazen de hareket kabiliyeti azalır. Ağrı bazen günlük basit aktivitelerin dahi yapılmasını engeller.

- Eklemde sürkleme sesi (kavak sesi)
- Yatmadan kalkmadan veya uyanırken oturmadan sonra eklemde tutukluk olması
- Eklem hareket ettirilmesinde (örneğin yürürken) ağrı
- Bel veya bacakta fazla eklemde şişlik ve hassasiyet olması gibi sık karşılaşılan bulgulara sebep olabilir.

**Osteoartritin Önlenmesinde Etkili Faktörler Nelerdir?**

**Yaşam tarzı:** 65 yaşından önce eklemde osteoartrit için en önemli faktörler, kilo ve fiziksel aktivitedir. Yaşam tarzı değişiklikleri, özellikle kilo kaybı ve düzenli egzersiz, osteoartrit riskini azaltabilir.

**Hareketlilik:** Hareketlilik aynı zamanda eklem eklem hareketliliğini artırarak, osteoartrit riskini azaltabilir. Eklem hareketliliğini artırarak, osteoartrit riskini azaltabilir.

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**1. Egzersiz/Fizik tedavi:** Osteoartrit tedavisinde, egzersiz ve fizik tedavi önemlidir. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**2. Kilo kontrolü:** Kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**3. Egzersiz:** Osteoartrit tedavisinde, egzersiz önemlidir. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**4. Farmakolojik tedavi:** Osteoartrit tedavisinde, farmakolojik tedavi önemlidir. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**3a. Gernme egzersizleri:** Gernme egzersizleri, osteoartrit riskini azaltır. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**3b. Güçlendirme egzersizleri:** Güçlendirme egzersizleri, osteoartrit riskini azaltır. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**Osteo Bi-Flex® Advanced Triple Strength**

**7 günde eklemelerde rahatlama**

**7 günde eklemelerde rahatlama**

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**7 günde eklemelerde rahatlama**

**7 günde eklemelerde rahatlama**

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**3c. Aerobik egzersizler:** Aerobik egzersizler, osteoartrit riskini azaltır. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**4. Farmakolojik tedavi:** Osteoartrit tedavisinde, farmakolojik tedavi önemlidir. Özellikle kilo kontrolü, osteoartrit riskini azaltır.

**Osteo Bi-Flex 5 lpxin**

**Osteo Bi-Flex® Advanced Triple Strength**

**7 günde eklemelerde rahatlama**

**7 günde eklemelerde rahatlama**

Şekil 3.27. Çoklu Sayfalı Broşür Örneği

**EN ETKİN**  
**EN GÜÇLÜ**  
**EN GÜVENİLİR**  
**EN EKONOMİK**



**Kartix**  
60 Tablet

**1 Tablet İçeriği:**

Glukozamin Sülfat 2 KCL	750 mg
Kondroitin Sülfat	150 mg
MSM (Metilsülfonilmetan)	150 mg
Boswellia Serrata Ekstresi	100 mg
Hyaluronik Asit	25 mg

**Kullanım Şekli: 2 x 1 Tablet**

**Kartix**  
60 Tablet



**EKLEM VE KIKIRDAK SAĞLIĞININ KORUNMASINDA**

## Kartix®

### Özellikleri:

Glukozamin Sülfat ve Kondroitin Sülfat kıkırdak yapımını ve onarımını destekler. MSM enflamasyonu azaltarak ağrıyı gidermeye yardımcı olur. Boswelliya Serrata mide üzerine yan etki göstermeden ağrıyı kısa sürede azaltır ve güçlü antiromatizmal etki göstererek tedaviyi destekler. Hyaluronik Asit sinovyal sıvının akışkanlığını artırarak osteoartrit tedavisine yardımcı olur.

### Glukozamin:

\* İnsanlarda tüm dokularda doğal olarak oluşur.  
\* Glukozaminoglikan, proteoglikan ve hyaluronik asit sentezini uyarır.  
\* Diz osteoartritinde etkili bir semptomatik iyileşmenin sağlanmasında ve artrit ilerleyişinin önlenmesinde önemli bir yardımcıdır.  
\* Kıkırdak yıkımına neden olan enzimleri inhibe ederek, kıkırdak yıkımını durdurur.

### Kondroitin Sülfat:

Diz osteoartritindeki ağır ve fonksiyonel semptomların azaltılmasında yardımcıdır. Eklem kıkırdağında en fazla bulunan glukozaminoglikanlardandır.

### MSM (Metilsülfonilmetan):

Diz osteoartritinde ağrı ve fiziksel fonksiyonların iyileşmesine yardımcı olur. MSM ağırlığının %34'ü sülfür olup, bağ dokusunun stabilizasyonu için esansiyeldir.

### Boswellia Serrata:

Etken maddesi olan boswelik asit, anti-artrit ve analjezik aktiviteye sahiptir. Boswellia kullanan hastaların tümünde diz ağrısında azalma, dizde hareket kolaylığı, yürüme mesafesinde artış bildirilmiştir. Diz ekleminde şişkinlik sıklığında azalma gösterilmiştir. Boswelik asit, lökotrien sentezinde rol oynayan 5 lipoksijenaz enzimini inhibe eder. Boswelik asit ile glukozaminin birlikte kullanılması anti-inflamatuvar ve anti-artrit etkinliği artırmaktadır.

### Hyaluronik Asit:

Sinovyal sıvının viskozitesini arttırmayı destekler. Hyaluronik Asit desteğinin, 8 hafta süre ile günde 50 mg alınması, osteoartriti kişilerde ağrıyı azaltmada, fiziksel fonksiyonu iyileştirmede ve çeşitli yaşam kalitesi görünümünü arttırmada etkili olduğu bildirilmiştir.

### Kullanım Yerleri:

\* Eklemlerin korunmasında  
\* Kıkırdak yıkımının engellenmesinde  
\* Eklem hareketlerinin kolaylaştırılmasında  
\* Ağrıların giderilmesinde  
\* Osteoartrit ve benzeri eklem dejenerasyonundan korunmada ve tedavisinde destekleyici olarak kullanılır.

### Kullanım Şekli:

Yetişkinler tarafından yemekten sonra sabah 1, akşam 1 tablet bol su ile alınır.

Kartix Tablet bir kaç gün içinde ağrınızı azaltır, hareketlerinizi daha kolay yapmanıza yardımcı olur ve tedaviyi destekler.

**Kartix Tablet**  
**Eklemlerinize Sağlık Getirir.**

Firma Bilgisi : RC Farma İlaç Kimya San. Tic. Ltd. Şti.  
Tel: 0212 438 24 24 (Pbx) Fax: 0212 438 24 78  
E-mail: info@rcfarma.com www.rcfarma.com

Bu broşür sağlık profesyonellerini bilgilendirmek için hazırlanmıştır.

Şekil 3.28. Tek Kırımlı, 4 Sayfalı, Ön Arka Bir Broşür Örneği

<p>step étape</p> <p><b>1</b></p> <p>Cleanse Nettoyez</p>	
<p>step étape</p> <p><b>2</b></p> <p>Exfoliate Exfoliez</p>	
<p>step étape</p> <p><b>3</b></p> <p>Moisturize Hydratez*</p>	

### 3 Adımlı Cilt Bakım Sistemi

**Cilt Tipi 1,2.**  
Dermatologlar tarafından kuru cillere özel olarak geliştirilen sistemi deneyerek harika görünen ve hissedilen bir cilde sahip olabilirsiniz. Tek bir denemeyle fark göreceksiniz.

**1. Adım**  
Hassas ve derinlemesine temizleme.  
**Hassas Cillere Özel Likit Temizleme Sabunu**  
Kullanım: Makyajınız temizledikten sonra ılık su ile yüzünüze masaj yaparak uygulayın. Durulayın ve nazikçe kurulayın. Klinik testler sonrasında yaratılmış sabun, kurutmadan canlı ve temiz bir cilde sahip olmanızı sağlar.  
₺ 62

**2. Adım**  
Canlı bir cilt için arındırma.  
**Arındırıcı Losyon 2**  
Kullanım: Uygulama mendiliyle yüzünüzü nazikçe silin. Göz çevresinden kaçının. Kurutmayan formül pulanmayı önleyerek daha pürüzsüz bir cilde sahip olmanızı sağlar. Cilt daha temiz ve sağlıklı görünür.  
₺ 57

**3. Adım**  
Neme doygun, ışıltılı bir cilt.  
**Dramatically Different Nemlendirici Losyon+**  
Kullanım: Yüzünüzde ihtiyaç duyduğunuz bölgeye uygulayın. Kolayca emilen formül sayesinde cildiniz sağlıklıdır. Yenilenen formül cildinize tüm gün nem sağlarken, içerisindeki özel kompleks sayesinde cildinizi güçlendirir.  
₺ 59

Ücretsizdir. [clinique.com.tr](http://clinique.com.tr)

\*Dünyenin enjeksiyonlu boyanmış tenine eşitlenerek satılan beyazlatıcıdır.

Harika bir cilde merhaba deyin.  
3 Adımlı Cilt Bakım Sistemi ile  
ücretsiz tanışın.  
Kuru ve Çok Kuru  
Cilt tipleri içindir.

3 Adımlı Cilt Bakım Sistemi'ni  
ücretsiz deneyin.  
Harika bir cilde merhaba deyin.



**CLINIQUE**

Alerji Testinden Geçmiştir. %100 Parfümsüzdür.



**Temizleme.**



**Arındırma.**



**Nemlendirme.**



**Şekil 3.29.** İki Kıvrımlı Ürün Taşıyan Bir Broşür Örneği

### 3.5. Broşür Tasarımında Kullanılan Programlar

“Masaüstü yayıncılıkta kullanılan yazılımları temel olarak vektörel tabanlı ve piksel tabanlı olarak ikiye ayırabiliriz. Bazı kaynaklara göre daha iyi anlaşılması bakımından üç gruba da ayrılabilir. Bunlar: Sayfa düzenleme (Page Layout) programları, Vektörel (Draw) programlar ve Bitmap-piksel (görüntü işleme) programlardır(Mazlum, 2006: 61)”.

“Tasarımcılar, geleneksel yöntemlerle yani kağıt, makas, rapido, pergel vb. malzemeler kullanarak oluşturdukları tasarımları artık masaüstü yayıncılık yazılımları ile daha kolay bir şekilde bilgisayar ortamında hazırlayabilmektedirler (Yücel, 2008)”.

#### 3.5.1. Vektörel Tabanlı Programlar

“Vektör” olarak adlandırılan alan ve çizgilerin başı ve sonundaki noktaların koordinatları arasında oluşan hiperbol ve paraboller arasındaki yönü belirlemiş doğruların, yazılım ile çalışırken matematiksel bir formülü üretilir. “Yaptığımız çizimi büyüttüğümüzde ya da küçülttüğümüzde, bu formüle bir büyüklük katsayısı eklenerek çizim yeniden düzenlenir, bir başka deyişle yeniden çizilir(Varol, 1997: 13)”.

Çizim ve mizanpaj işlemleri için kullanılan programlardır. En basit çizimden en karmaşık tasarımlara kadar akla gelebilecek her şeyi geliştirmek amacı ile kullanılabilirler. Matbaacılıkta baskı öncesi işlemlerde kullanılan vektörel tabanlı programların en bilinenleri çizim programları olarak Adobe Illustrator, CorelDraw, ArtPro ve hatta FreeHand’i ayrıca sayfa mizanpaj programları olarak ta Adobe InDesign ve QuarkXPress’i sayabiliriz. Bir programın vektörel tabanlı olması demek, belgenin ayrı ayrı piksellerden değil grafik objelerden veya şekillerden oluşması anlamına gelir. Piksel tabanlı grafiklerinden farklı olarak bu tür grafikler kaliteyi azaltmadan her tür çıktı çözünürlüğüne uygun olarak boyutlandırılabilir.

“Çizim programları, vektör diye adlandırılan matematiksel nicelikler tarafından belirlenen kıvrımları ve kesin çizgilerini, vektör grafiklerini tasarlar (Wong, 2001: 30)”.

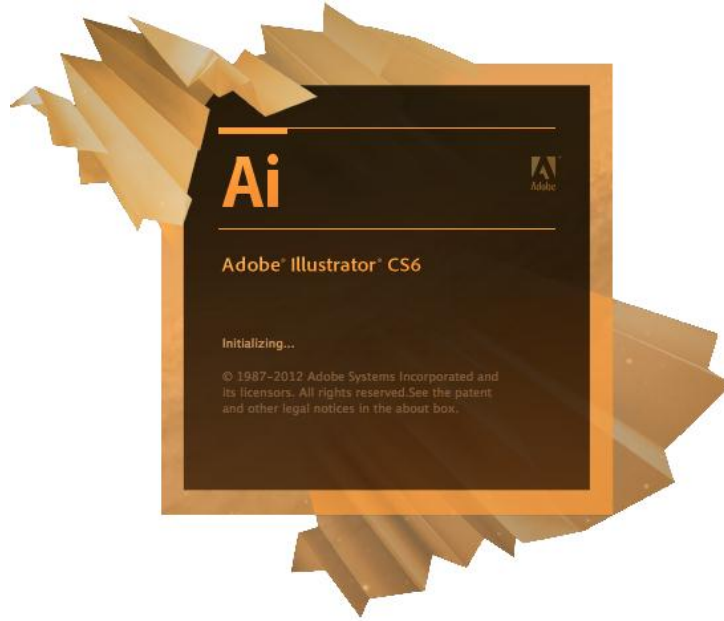
“Vektörel çizim programları çoğu kişi tarafından sayfa düzenlemesi için kullanılmaktadır. Ancak bu programlarda metin düzenlemesi zayıf olduğu için özellikle tirelemede ve bloklamada sorunlar oluşabilmektedir (Mazlum, 2006: 65)”.



“Bu programlar ile çok hassas çizim yapılabilir. Elemanlar sürüklenerek bir rehberle dayanıp kolaylıkla hizalanabilir, çizgisel elemanların köşe noktaları zorlanmadan üst üste getirilebilir (Ünal, 2001)”.

“Vektörel programlarda hazırlanan tüm grafikler noktalar tarafından tanımlanan çizgiler olan hatlardan oluşur. İster düz ister eğri olsun iki nokta arasındaki aralığa hat segmenti (path segment) adı verilir (Bırol, 2006)”.

Vektör grafik üretmek için yapılan birçok program mevcuttur. Bunların arasında en çok bilinen ve kullanılanı Adobe Illustrator’ dır. Dosya uzantısı ‘ai’ dir.



**Şekil 3.30.** Adobe Illustrator Programı Açılış Ekranı

Adobe Illustrator (AI), Adobe firmasının geliştirdiği vektörel çizim yazılımıdır. Yaygın olarak AI, EPS ve PDF dosya biçimleri ile çalışır. Adobe firmasının grafik yazılımları arasında bulunan Illustrator, ilk olarak 1986 yılında Macintosh bilgisayarlar üzerinde çalışabilecek bir vektörel çizim yazılımı olarak tasarlanmış ve 1987 yılında piyasaya sürülmüştür.

Adobe firması 2003 senesinde yaptığı bir açıklama ile tüm grafik, masaüstü yayıncılık ve web yayıncılığı yazılımlarının tek bir paket haline getirileceğini duyurmuştur. Creative Suite adındaki bu paket ile birbirinden bağımsız olarak satışa sunulan Adobe yazılımları, o günden bu yana artık aynı paket altında ve eşzamanlı olarak piyasaya sürülmüştür.

Kitap, dergi, gazete gibi tasarımlarda sayfa düzenlemesi yani mizanpajlarının yapılmasına olanak sağlayan programlara da sayfa düzenleme

yada mizanpaj programları denir. Adobe InDesign günümüzde tasarımcılar, yazarlar, sanatçılar ve yayıncılar tarafından tercih edilen gelişmiş düzeye sahip olan favori sayfa mizanpaj programıdır. Çoklu sayfaya sahip bir broşür çalışması yapacaksa, InDesign programını kullanmamız bize büyük kolaylıklar sağlayacaktır. Gelişmiş dizgisel kabiliyeti, yenilikçi görsel sayfa özellikleri, etkileşimli dokümanlar yaratmak için geniş otomasyon yeteneği olan çok güçlü bir mizanpaj programıdır. Oluşturduğunuz mizanpajlarınızda Photoshop ve Illustrator dosyalarını kolayca kullanabiliriz. Çalışmalarınızı paneller, çubuklar ve pencereler gibi çeşitli öğeleri kullanarak oluşturur ve düzenlersiniz. Bu öğelerin herhangi bir düzenleme şekli çalışma alanı olarak adlandırılır. Adobe InDesign’da çalışma alanımızı kendimiz düzenleyebiliriz. Hazır ayarlanmış çalışma alanlarından birini kullanabileceğiniz gibi kendi çalışma alanımızı oluşturup kaydedebilir ve daha sonra farklı uygulamalarda da kullanabiliriz.

“Bir tasarımcı için bir yazılım tercihinin temel nedenleri, hızlı olması, kullanıcı odaklı olması, ona zaman kazandırması, kolay kullanımı olması ve kaydetmeyi unuttuğu belgenin kapanması durumunda onu geri kurtarabilmesidir. Adobe InDesign’da bütün bu özellikler mevcuttur (Akgün, 2006: 1)”.



**Şekil 3.31.** Adobe InDesign Programı Açılış Ekranı

### 3.5.2. Piksel Tabanlı Programlar

Piksel tabanlı kavramını tanımlayacak olursak, görüntüyü oluşturan ve her biri renk bilgisi içeren piksellerin (noktaların) yan yana ve alt alta dizilmesiyle oluşan grafik türüdür. Piksel'den kısaca bahsetmek gerekirse bir bitmap görüntüyü oluşturan en küçük noktadır.

“Bilgisayar grafiğinin en temel birimi piksellerdir ve bilgisayardaki görüntü çok sayıda pikselin bir araya gelerek dizilmesinden oluşmaktadır(Yücel, 2008)”.

Bit derinliği, bir bilgisayar sisteminin renk destekleme sayısıdır ve pikseller bu renk destekleme sayısına göre bir dizilim gösterirler. Sayısal teknolojiye kullanılan 0 ve 1 (ya da açık ve kapalı bilgi) sisteminde bit sayısı, bu sayısal dizilimin yer aldığı hanelerin sayısıdır. Örneğin “01101110” olarak adreslenmiş bir pikselde sekiz hane yer aldığına göre bu piksel bilgisi sekiz bitlidir ve bu bilgi, 256 renk kombinasyonunu destekleyen renklerin birine karşılık gelir. Masaüstü yayıncılıkta kullanılmakta olan bit derinliği ve desteklediği renk sayıları şöyledir:

1 Bit: Tek haneli adresleme- Siyah-Beyaz

8 Bit Grayscale: Sekiz haneli adresleme- 256 Gri ton desteği

8 Bit Color: Sekiz haneli adresleme- 256 renk desteği.

16 Bit Color: On altı haneli adresleme- 1000 renk desteği.

24 Bit Color: Yirmi dört haneli adresleme- 1000in üstünde renk.

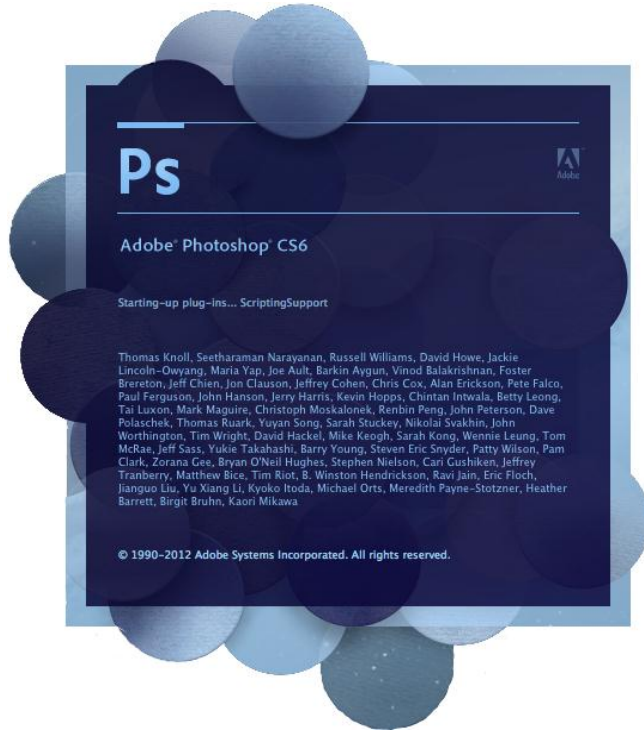
32 Bit Color: Otuz iki haneli adresleme- Milyonlarca renk desteği.

“Desteklenen renk sayısı, bit derinliğinin kendi içindeki 0 ve 1 bilgisiyle oluşturulabilecek kombinasyonlardır. Örneğin 16 Bit’lik bir sistemde elde edilen 1000 renk, dizilimde yer alan data’ların RGB görüntü sistemindeki 1000 ayrı kombinasyona olanak tanınmasıyla ifade edilebilir. Masaüstü yayıncılıkta yüksek görüntü kalitesi gerektiren çalışmalarda sistem desteğinin en az 24 bit olması gereklidir. Yüksek bit derinliğinde hazırlanmış bir çalışmayı daha düşük bir değere çevirdiğimizde görüntümüzde oluşan noktalaşma, gereken renk desteğinin sağlanamaması yüzündendir(Özkoyuncu, 1999: 7-8)”.

Ekranda elde ettiğimiz görüntü çıkışı tüm ekran sistemlerinde kullanılmakta olan RGB görüntü sistemidir. Bu sistem, Kırmızı, Yeşil ve Mavi renklerinin kombinasyonlarından oluşur ve en az 24 bit’lik bir bilgiyi içerir.

Tüm bilgisayar grafiği yazılımları, ekran çıkışlarında bu renk sistemini temel alır, ancak görüntüyü matbaa teknolojisine aktarmak için CMYK ve Pantone gibi renk sistemlerine dönüştürmek gerekir.

Masaüstü yayıncılıkta kullanılan yegane piksel tabanlı program Adobe PhotoShop'tur. Bütün Piksel tabanlı programlarda olduğu gibi PhotoShop'ta da ölçü birimi pikseldir. Photoshop, tasarımların veya fotoğrafların renk, parlaklık ayarları, boyama, rötuş, özel efekt ve uygulamalar yapılabilen kullanıcıya sınırsız imkanlar sunabilen bir resim işleme programıdır.



Şekil 3.32. Adobe PhotoShop Programı Açılış Ekranı

Adobe Photoshop çalışma alanı, ekranın üzerindeki komut menüleri ve resminizi düzenlemek ve öğeler eklemek için çeşitli araç ve paletleri içerir.

Vektörel bir programda sayfa açarken en ve boy belirlemek yeterlidir. Piksel tabanlı programlarda ek olarak Rezülasyon (çözünürlük) da girmek gerekir. Girilen en ve boy rakamlarının anlamı yoktur. Yatayda ve dikeyde kaç piksel olduğu önemlidir. 300 ppi (pixel per inç) rezülasyonlu bir belgede bir inç (=2.54 cm)'de 300 piksel vardır.

Büyültme ve küçültmelerde piksel yoğunluğunun hesaplanması olarak bilinen "İnterpolasyon", iki nokta arasındaki bilinmeyen üçüncü noktanın

hesaplanması işlemidir. Resimden bir piksel atıldığı zaman her iki yanındaki piksellerin rengi, ona göre değişir. Image Size'dan doküman büyüklüğü değiştirildiğinde, döndürüldüğünde ve efekt verildiğinde interpolasyon devreye girer. Tablodaki zincir kaldırılıp, en-boy veya pikseli değiştirmek, diğerinin sabit kalmasını sağlar fakat resim zarar görür. Zincir varken en-boy değerleri rezülasyona bağlanmış olur. Değişimlerde orantılı olarak diğer öğe de değişecektir. Yüksek rezülasyonda sakınca yoktur. Fakat doküman büyür. Film çıkış süresi uzar.

### **3.5.3. Broşür Tasarımında Vektörel ve Piksel Tabanlı Programların Kullanımı**

Bir broşür hazırlanırken vektörel ve bitmap tabanlı programlardan yararlanır. Broşürün tasarımı ve yazıları vektörel tabanlı bir program olan Illustrator'de hazırlanır. Bunun nedeni Illustrator'ün çizim ve tasarıma yönelik uygun bir yazılım olmasındandır. Ayrıca broşür üzerindeki başlık ve kısa metinler için de elverişlidir. Broşürün yazılarının bir görüntü işleme programı olan Photoshop programında hazırlanamamasının sebebi, hangi puntoda yazılırsa yazılsın, yazılan yazılarda anti-aliasing problemi ile karşılaşılmasıdır. (Yazılar vektörel programda yazılıp, Photoshop'da açılrsa da aynı durum yine oluşur.)

Photoshop'un alanların eğimli hatlarını oluşturmak için kullandığı, alan rengi ile alan kenarındaki renk arasında geçişi sağlayan farklı tonlardaki piksellere anti-aliasing denmektedir. Bu nedenle vektörel programları piksel bazlı programlardan ayıran en önemli farklılıklardan biri yazı karakterlerinin çok küçük puntolarda dahi net bir şekilde oluşturulmasıdır. Aşağıda örnek broşür çalışması üzerinde yer alan yazıların Illustrator programında hazırlanmış hali ile yine aynı yazının Photoshop programında hazırlanmış hali karşılaştırılmıştır. Vektörel tabanlı bir program olan Illustrator'de hazırlanan yazıların kenar hatlarının daha düzgün ve daha net olarak elde edildiği gözlemlenirken, aynı yazının piksel tabanlı bir program olan Photoshop'ta hazırlandığında yazıların özellikle eğimli hatlarında netsizlikler olduğu gözlemlenmiştir.



Şekil 3.33. Adobe PhotoShop Programında yazılan metinlerin görüntüsü

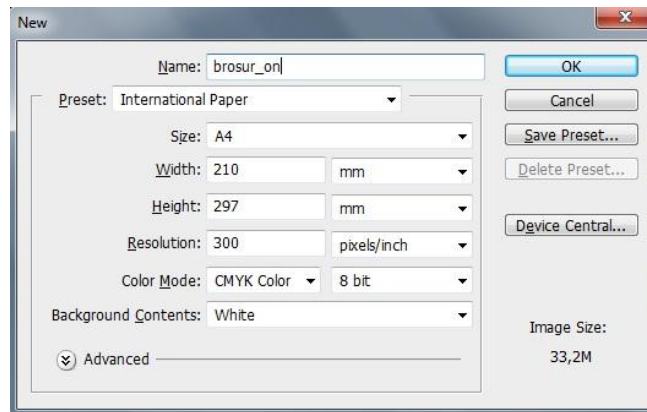


Şekil 3.34. Adobe Illustrator Programında yazılan metinlerin görüntüsü

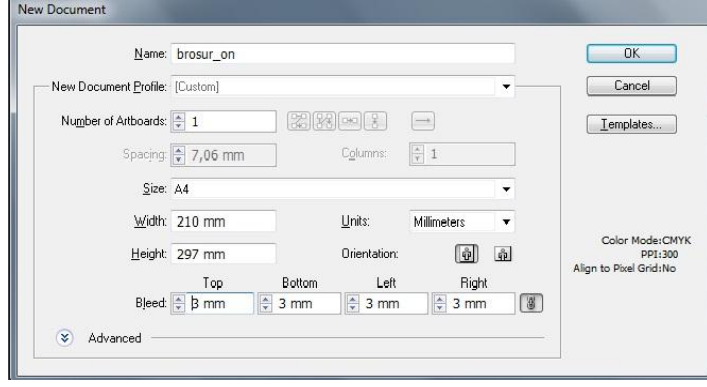
Bunun dışında Illustrator programı ile broşür üzerindeki bütün görsel unsurlar birbirinden bağımsız nesnelere olarak değerlendirilebilir, bir ya da daha fazla sayıda katmanlar üzerine yerleştirilebilir. Ayrıca broşür üzerindeki bütün görsel unsurlar, kıvrımlı ya da geometrik biçimlerde yaratılabilir ve matematiksel olarak tanımlanabilir. Bir imge yeniden biçimlendirilebilir,

ölçülendirilebilir, renklendirilebilir, döndürülebilir ya da diğer unsurları etkilemeden bir yerden başka yere taşınabilir. Bir resim piksellerin toplamından meydana geldiğine göre katalogda yer alan resimler üzerinde yapılacak düzenlemeler ise bitmap tabanlı bir program olan Photoshop' ta hazırlanır. Vektörel ortamda bir resmin bir bölümünün yapısını değiştirmek mümkün olmadığından Photoshop programı bu özelliği ile vektörel programlardan ayrılır. Photoshop'ta tek bir alan vardır, oda resmin tamamıdır. Resmin bir bölümü seçilip taşındığında, resmin eski yerine alt renk dolar (Layer ortamı hariç). Bu yüzden bir resim kopyalanıp, başka bir resim üzerine yapıştırılırsa, resmin seçilmişliği giderildikten sonra, yapıştırılan resim yapıştığı resmin bir parçası olur. Photoshop'ta alan tanımı olmadığı için alan seçme ve taşıma işlemleri, vektörel programlardaki gibi yapılmaz.

Bütün bunların yanı sıra broşür tasarımı için vektörel bir program olan Illustrator'de yeni bir doküman açılırken, dokümanla ilgili en ve boy değerleri girmek yeterli olunur, rezolüsyonla ilgili bir değer istenmez. Ancak bitmap tabanlı programlardan Photoshop'ta yeni bir doküman açarken girilen rezolüsyon değeri ile, dokümanın soldan sağa ve yukarıdan aşağıya kaç piksel yoğunluğunda olacağı belirlenir. Çünkü Photoshop gibi bitmap, piksel temelli programlar için, doküman hakkında girilen en ve boy rakamlarının bir anlamı yoktur. Bu rakamlar, tasarımcıya kolaylık sağlamak için oraya konulmuştur. Programı ilgilendiren ise dokümanın piksel yoğunluğu, bir başka ifadeyle rezolüsyonudur. Açılan dokümanın yatayda ve dikeyde kaç piksele sahip olduğu önemlidir. Araçların kullanımı, tablolar ve filtreler ile efektlerin oluşumu, piksellerdeki renklerin değiştirilmesi esasına dayandığı için, dokümanda uygun piksel yoğunluğu çalışmanın kalitesini etkiler.

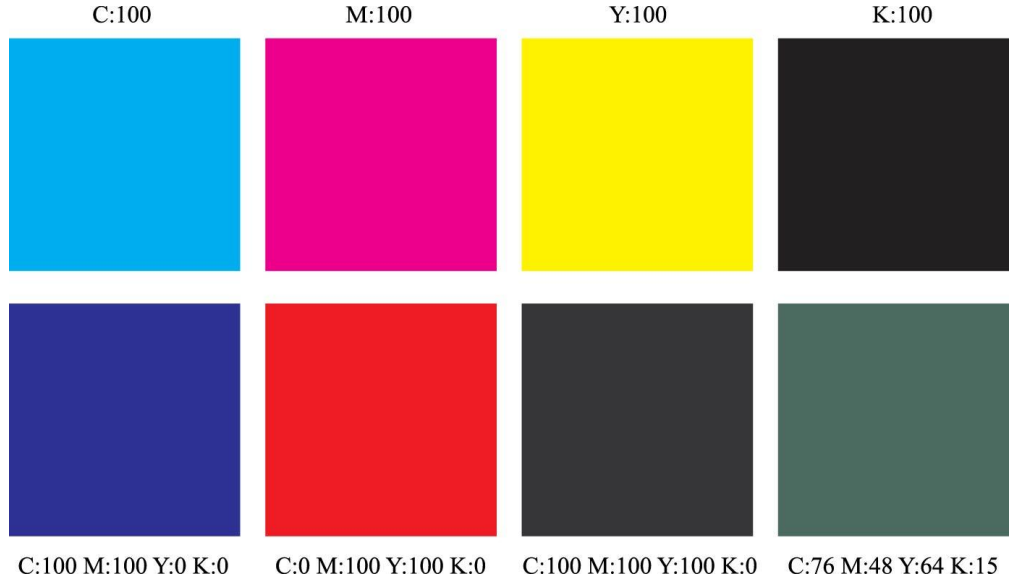


Şekil 3.35. Adobe Photoshop Programında açılan sayfa görüntüsü



Şekil 3.36. Adobe Illustrator Programında açılan sayfa görüntüsü

**CMYK:** Dört renkli baskı sürecinde, renk üretmek için kullanılan dört temel çıkarıcı üretim (proses) renkleridir. Çıkarıcı renkler olan cyan, magenta ve sarı basılarak birleştirildiğinde, görülebilir spektrumda gördüğümüz ışığın eklemeli temel renkleri olan kırmızı, yeşil ve maviyi elde ederiz.



Şekil 3.37. CMYK

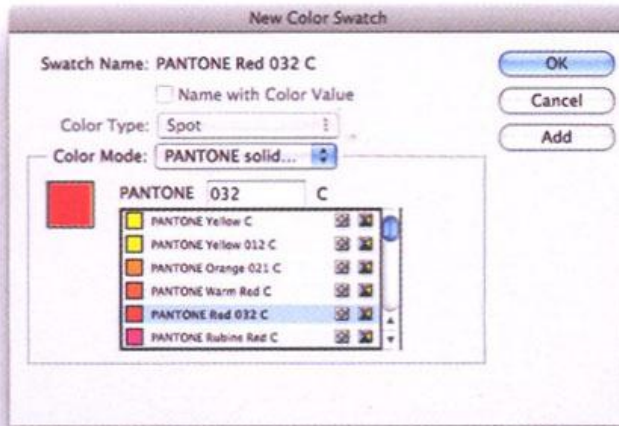
Bu proses (üretim) renklerinin farklı yoğunlukta ve oranda karışımlarıyla farklı renkler elde edilebilir ancak bunun belirli sınırları vardır ve bazı renk kombinasyonları kullanılamaz. Baskı sürecinin sınırlarından ötürü aşırı açık renkler basılamaz. Birleşik yüzdelerinin toplamı 260'dan yüksek olan kombinasyonlar ise aşağıdaki üçüncü örnekte görülebileceği üzere çamurlu ve



koyu bir renk verir. Bir Pantone kataloğu kullanmak tasarımcıya arzu edilen renk kombinasyonlarını oluşturmada yardımcı olabilir (Ambrose ve Harris, 2010: 58).

**Özel Renk:** Baskıda bir geçiş ile oluşturulan herhangi bir renktir. Özel veya spot renkler, üretim (proses) renklerden iki ya da daha fazla mürekkepten oluşturulmak yerine tek bir mürekkeple oluşturulmalarından dolayı diğer renklerden ayrılır. CMYK renkleri her ne kadar çok geniş yelpazede renk üretebilse de firma logoları gibi özel renge sahip öğelerin basımında kesin bir sonuca ulaşabilmek için özel spot renklerin kullanılması gerekebilir. Özel renkler, farklı renklerin tramlarından oluşan renklerin aksine tek bir defada zemin olarak basıldığından güçlü, canlı ve zengin bir renk sağlar. Spot renkler, Pantone ve Trumatch gibi renk kataloglarında, oldukça geniş renk ve ton yelpazelerinde bulunabilir. Birçok spot rengin, farklı renklerin karışımından oluşan CMYK karşılıkları bulunmaktadır.

Spot renk kullanımı, baskı sayısının daha az olmasından dolayı CMYK'ya göre daha ucuzdur. Ayrıca CMYK üretim (proses) renklerinin kısıtlı renk evreninden ötürü, bazı renklerin spot olarak basılması da gerekebilir. Her spot rengin kendine ait bir baskı kalıbı ve kendi geçiş sırası olmalıdır. Spot ve özel renkler, standartların dışında üretilmiş, pastel, metalik, floresan ve spot vernik gibi ofset mürekkepleridir.

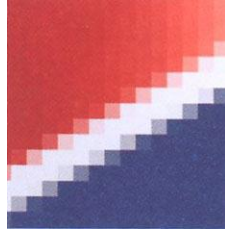


**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010: 190

**şekil 3.38.** Özel Renk

Resimde bir spot renk diyalog kutusu görülmektedir. Bu örnekte, katalog olarak Pantone kullanılır. Bu liste tasarımcının gereken rengi seçmesini sağlar. (Ambrose ve Harris, 2010:190).

**Çözünürlük:** Dijital bir görselin içerdiği veri miktarıdır. Çözünürlüğün yüksekliği, görselin içerdiği veri miktarının, fazlalığını ve dolayısıyla da görselin çok detaylı olması anlamındadır. Çözünürlüğün yüksek olması, görselin belirgin bir veri kaybı olmaksızın, çok fazla büyütme oranına sahip olmasını sağlar. Çözünürlük ppi (inç başına piksel) ile ölçülürken, dpi (inç başına nokta) veya lpi (inç başına çizgi) olarak basılır (Ambrose ve Harris, 2010: 64).

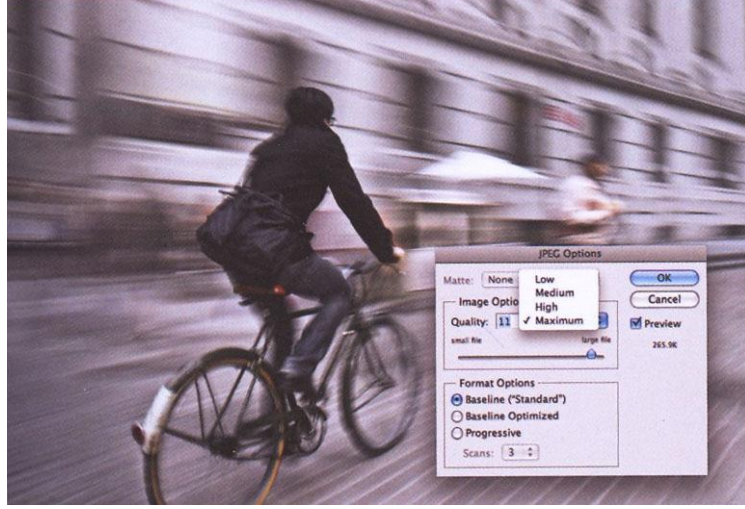


Bu ayrıntı, fotoğrafın bir bölgesinde yer alan pikselleri göstermektedir.



**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010: 64

**Şekil 3.39.** Çözünürlüğü gösteren imgeler



**Kaynak:** Ambrose ve Harris, 2010: 131

**Şekil 3.40.** Jpeg Kayıtlı Fotoğraf

24-bit renk verisi taşıyan dijital dosya formatıdır. Örneğin 6.7 milyon renkli bir görselde görsel veri sıkıştırılmaktadır. JPEG fotoğraf gibi sürekli tonlardaki karmaşık piksel geçişlerine uygun bir biçimdir. JPEG kayıt formatı, dosya ebatlarını sıkıştırdığında, baskının görsel kalitesinde kayıplar olabilir. Azami kalite ayarları için, görsel çözünürlüğü en az 300 dpi olmalıdır. Resimdeki eklenti, JPEG kaydı için mümkün olan seçenekleri göstermektedir. Azami kalite elde etmek ve kırılmalardan kaçınmak için görüntüler en iyi kalite ile kaydedilir (Ambrose ve Harris, 2010:131).

## 4.BÖLÜM

### BROŞÜR TASARIMINDA KULLANILAN BASKI SİSTEMLERİ

#### 4.1. Ofset Baskı Tekniğinin Kullanılmaya Başlanması

“Ofset sözcüğü dilimize İngilizceden “OFF-SET” kelimesinden gelmiştir 1905 yılında Amerikalı Rubel, taşbaskı tekniğini geliştirmek için rotatif bir makine üzerinde çalışırken bir rastlantı sonucu ofset baskıyı bulmuştur. 1907 yılında Batı Almanya’da Caspar Hermann ilk tabaka ofset ve rotatif ofset makine planlarını üç silindir sistemine göre hazırlamıştır ve bu planlar doğrultusunda Alman firmaları 1. Dünya Savaşına kadar bu baskı makinelerini imal etmişlerdir. Ancak, savaş sırasından savaşın bitimine kadar olan sürede ofset makineleri ile ilgili gelişmeler durmuştur. Bu duraksamaya rağmen 1. Dünya Savaşının bitmesinden sonra başlayan çalışmalar, 1930’lu yıllarda makinelerin hızının saatte 3000’e kadar ulaşmasını sağlamıştır . Özellikle 2. Dünya Savaşı sonrasında ofset baskı teknolojisinde büyük gelişmeler olmuştur (Özmen, 2006).”

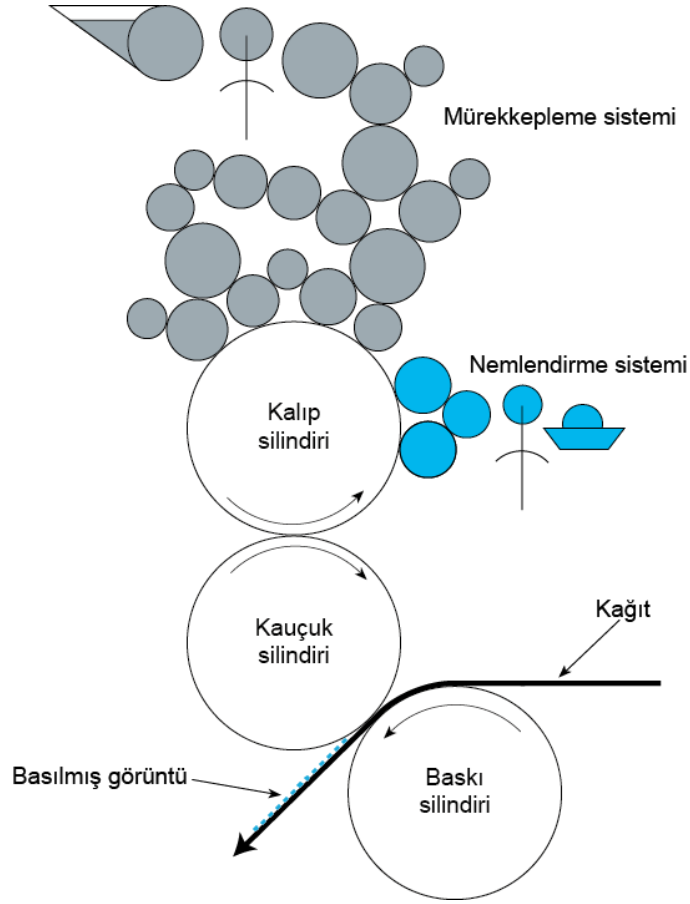
Ofset baskının temeli litografi (taş baskı) tekniğine dayanır. Ofset baskı litografi baskı tekniğinin ilerlemiş düzeydeki baskı tekniğidir. Ofset baskıda kalıp olarak litografi baskıdaki kalıp olarak kullanılan taş yerine, baskı silindirini çevreleyecek şekilde üretilen ince, esnek özellikteki metal levha kullanılmıştır ve görüntü kauçuğa ters olarak geçer. Yumuşak özelliği olan kauçuk görüntüdeki bütün detayların kâğıda geçişini sağlamaktadır.

Çoğunlukla afiş, dergi, broşür, katalog vb. görsel ürünler günümüzde ofset baskı tekniği kullanılarak basılır. Baskı hızının yüksek olması, görsel kalitesinin yüksek olması, kalıplarının inceliği ve arşivleme özelliğinin daha uygun olması ofset baskı tekniğini kullanım açısından yaygın hale getirmiştir.

#### 4.2. Ofset Baskı Sistemi

*Ofset baskı*, 1904 yılında, Amerikalı Ira W. Rubel tarafından bulunmuş, genellikle kağıt yüzeyine baskıda kullanılan baskı tekniğidir. Günümüzde kitapların, gazetelerin, dergilerin, broşürlerin, faturaların, kartvizitlerin ve karton ambalajların basımında kullanılır.

Ofset ismi dilimize ingilizce de "off-set" kelimesinden geçmiştir. Sırasıyla mürekkebin endirek yolla kauçuk vasıtasıyla kâğıda geçmesi demektir. Her türlü belli gramaja kadar kâğıt vb. materyal üzerine baskı yapmak mümkündür.



**Şekil 4.1.** Ofset Baskı Sistemi Şeması

Ofset sistemi aslında taş baskı sistemine benzer, ancak kalıp üzerindeki yükseklik farklarından yararlanmaz. Kalıp yüzeyi düzdür. (Yüzey üzerinde çok küçük bir emülsiyon tabakası kalınlığı farkı vardır ancak bu kalınlık görüntü oluşturmada etkin değildir) Kalıp yüzeyinde emülsiyon olan yani basılacak alanlar ve emülsiyon olmayan basılmayacak alanlar vardır. İş olan yani basılacak alanlar emülsiyon tabakasıyla kaplıdır. İş olmayan alanlarda ise emülsiyon tabakası yoktur. İş olan yerler mürekkebi, iş olmayan yerler ise gren çukuru denilen mikrometrik gözenekler ile suyu tutar. Burada su ve mürekkebin birbirine karışmaması prensibinden faydalanılır. Böylelikle iş olan yerlerde bulunan mürekkep baskıyı gerçekleştirir. Diğer boş alanlarda gren

çukurları su ile dolu olduğu için mürekkebi iter ve o bölgeler baskı uygulayamaz.

Ofset baskı tekniği temel olarak üç prensiple çalışır;

1. Düz baskı sistemi
2. Endirekt baskı sistemi
3. Suyun yağı itme prensibi

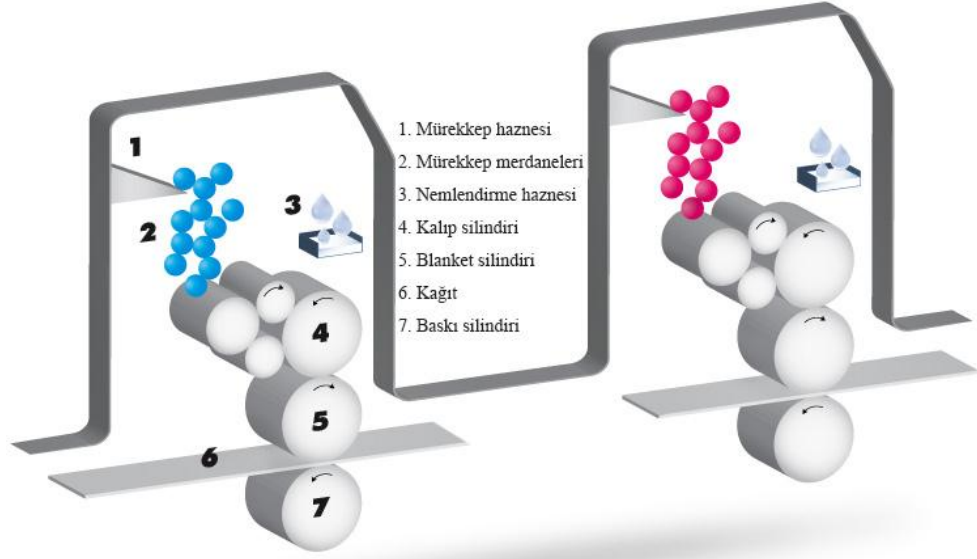
Ofset baskı sistemine düz baskı denilmesinin nedeni kalıp üzerinde görüntüyü oluşturan kısımlar ile oluşturmeyen kısımlar arasındaki yükseklik farkı yok denilecek kadar az olmasıdır.

“Endirekt baskı tekniği denilmesinin nedeni ise baskı altı malzemesi üzerine görüntü direkt kalıptan aktarılmaz. İlk olarak kalıp üzerinde bulunan düz görüntü blanket adı verilen malzemeye ters olarak aktarılır. Daha sonra blanket üzerindeki ters görüntü belirli bir forsayla (basınçla) baskı altı malzemesine düz olarak aktarılır (Beytut, 2007)”.

#### **4.2.1. Ofset Baskı Sisteminin Çalışma Prensibi**

Ofset baskı sisteminde bir işin basılabilmesi için; fabrikasyon olarak emülsiyonla ışığa karşı hassas duruma getirilmiş ofset baskı kalıbının üzerine, basılacak iş için hazırlanmış filminden pozlandırma işlemi gerçekleştirilerek, görüntü aktarılır. Daha sonra bu kalıp banyo işlemine tabii tutularak, baskıyı gerçekleştirecek emülsiyonlu bölgelerin sabitlenmesi sağlanır. Banyodan sonra kalıp su ile iyice yıkanarak, iş olmayan yerlerdeki emülsiyon kalıntılarının çözülmesi sağlanır. Temizlenen baskı kalıbı, baskı makinesi üzerinde kalıp kazanına takılır. Makinede üç kazan (silindir) bulunur. Bunlar; kalıp kazanı, blanket (kauçuk) kazanı ve baskı kazanıdır (Beytut, 1990).

Baskı aşamasında kalıba ilk önce, üzerinde nemlendirme suyu bulunan nemlendirme merdaneleri temas eder. Kalıp yüzeyinde pürüzlü (grenli) olan, baskı yapmayacak yüzeyler nemlendirme suyu ile ıslanır. Diğer emülsiyonlu yüzeyler ise kuru kalır. Daha sonra baskı kalıbı üzerine mürekkep merdaneleri temas ettirilerek mürekkep verilir. Bu sefer mürekkep, yapısındaki yağ nedeniyle ıslak yüzeylere tutunamaz, kuru olan baskıyı yapacak, emülsiyonlu yüzeylere tutunur.

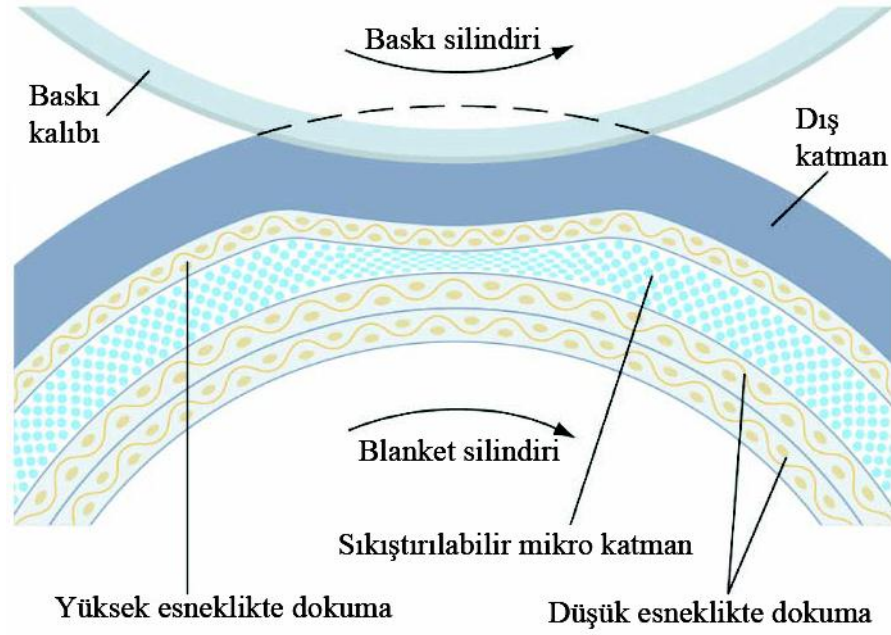


Şekil 4.2. Ofset Baskı Sisteminin Çalışma Prensibi

Kalıp üzerinde oluşan görüntü, okuma açısından düzdür. Bu görüntü kalıp ile blanket kazanının teması ile blankete aktarılır. Blanket üzerinde oluşturulan görüntü terstir. Blanket ile baskı kazanı arasındaki forsanın etkisiyle aradan geçen baskı altı malzemesi üzerine görüntü düz olarak aktarılır. Daha sonra basılmış malzemeler taşıyıcı makaslar tarafından istif bölümüne getirilerek, burada istiflenir ve böylece baskı gerçekleşmiş olur.

#### 4.2.2. Ofset Baskıda Blanket (kauçuk)

Blanketler, yüzeyi kauçuk denilen esnek bir malzemeyle kaplanmış, alt kısmı dokumadan oluşturulan kalıptaki görüntüyü baskı altı malzemesine aktaran ara materyaldir. Esnek ve kalıptaki görüntüyü en iyi şekilde aktarması blanketlerden beklenen en temel özelliktir. Blanketin sert, yumuşak, havalı ya da havasız çeşitleri vardır. Baskıya başlarken kalıbın kauçukla teması uzun sürer. Fakat baskı sürati fazlaştıkça bu süre azalır (Beytut, 2007).



**Şekil 4.3.** Ofset Baskı Havalı Blanket Kesiti

Blanketler yapı bakımından 2 kategoriye ayrılır:

1. Konvansiyonel blanketler,
2. Havalı blanketler,

Konvansiyonel blanketlerin sıkıştırılma özelliği çok azdır. Kalıp ile blanket birbirine temas ettiğinde blanket hacmini değiştirmez, kauçuk katman dışa doğru itildiğinden kenarlara doğru şişkinlik yapar. Forsanın fazlalığından şişkinlik daha da artar. Bu olumsuz durum noktanın yapısını, şeklini bozduğu gibi normalden fazla nokta şişmesine neden olur. Baskıda çiftleme ve kayma durumu meydana gelir. Havalı blanketlerde bu durum en aza iner.

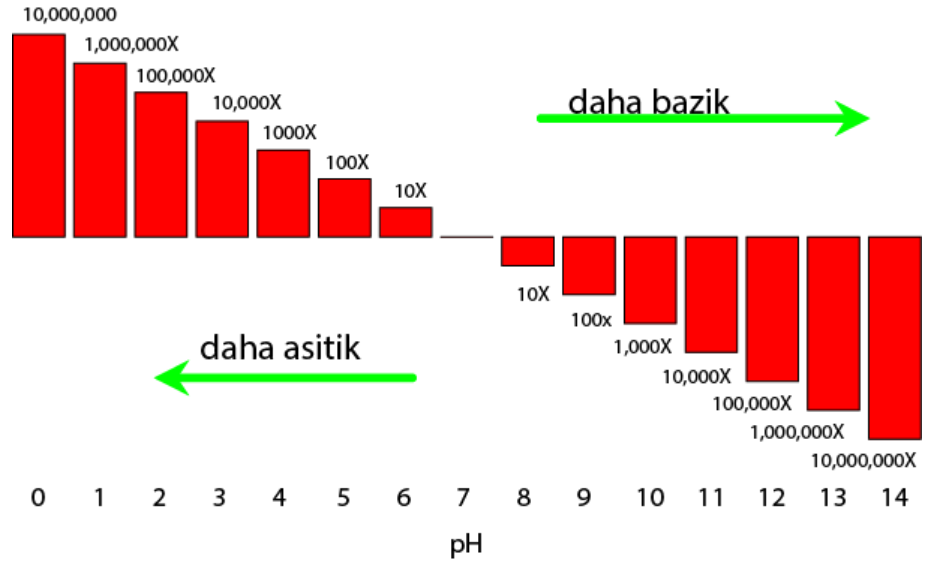
#### 4.2.3. Ofset Baskıda Kâğıt

Matbaacılıkta her iş kaliteyi gerektirir. Bu kaliteyi tespit edebilmek için bazı kontroller ve kullanılacak kâğıt hakkında bir takım bilgiler edinilmelidir. Basılacak olan işin türüne göre kâğıt seçimi yapılmalıdır. Yanlış seçilen kâğıtların baskı sırasında pek çok problemler çıkardıkları bilinmektedir. Kâğıdın baskıya yatkinlığı, makineden problem çıkarmadan geçmesiyle ölçülebilir. Problemler kâğıtlar imalatı yavaşlatır ya da işin maliyetini arttırabilir.



Ofset baskı sisteminde her türlü kâğıda kusursuz ve kaliteli baskı yapmak mümkün değildir. Ofset baskıda kullanılan kâğıtlarda iyi kaliteli, toz bırakmayan ve düzgün satırlı olması gibi özellikler aranır. Bu tür kâğıtların yolumaya karşı direnci de fazladır. Ofset baskıda kullanılacak kâğıtların saklandığı ortamın nem oranı standartlara uygun olmalıdır. Kâğıdın nem oranı ile ortamın nem oranı arasında % 10'dan fazla fark olmamalıdır. Eğer bu orandan fazla fark olursa baskı sırasında çeşitli zorluklarla karşılaşılabilir. Kâğıt içerisinde nem oranının fazla olması içerisinde barındırdığı liflerin şişmesine ve kâğıdın yapısının deforme olmasına neden olur. Yani kâğıdın yapısında istenmeyen dalgalanmalar meydana gelir. Aynı zamanda kâğıt üzerinde mürekkebin fiziksel ve kimyasal olarak kurumasını zorlaştıracak ve baskı sırasında problem oluşturacağı için bu durum baskı kalitesini olumsuz yönde etkiler(Lawrence, 1997:1-3).

Ayrıca kâğıdın pH değeri baskı kalitesini önemli oranda etkiler. Kâğıdın pH değeri kâğıdın içerdiği alkali ve asit miktarını belirtir. Asit veya alkali özelliğinin derecesi 14 bölümlük skalayla ölçülür. Skaladaki "0" değeri kâğıdın çok kuvvetli derecede asidik, "14" değeri ise çok kuvvetli alkali olduğunu gösterir (Oğuz, 2002).



Şekil 4.4. pH Skalası

Yapılan araştırmalara göre kâğıtların pH değerinin 5 ile 7 arasında olması mürekkebin kâğıt üzerinde en iyi şekilde kurduğunu gösterir. pH

değeri 4.8 olan kağıdın üzerine basılan mürekkebin kuruma süresi normalden daha uzun sürer. Mürekkebin kâğıt üzerinde zor kurumaması kaliteyi olumsuz etkiler.

### **Kâğıdın Su Yönü**

Kâğıdın imalatı sırasında liflerin kâğıt makinesinde takip ettiği yöndür. Bu kâğıdın dokunuş istikameti veya kâğıdın su yönü denir. Kâğıt hamuru sulu ayran kıvamında tel süzgeçli satırlar üzerine dökülür. Ters satırların gidiş istikametine doğru lifler yön alır.

### **Kâğıt Su Yönünün Tespiti**

Kâğıt su yönünde daha düzgün yırtılır. Aksi yönde kâğıt tüylü ve eğri yırtılır. 10 cm. çapında daire şeklinde bir kâğıt parçasını kesiniz, kâğıdın yalnız alt kısmı ıslanacak şekilde su dolu bir kaba koyunuz. Kâğıt dönmeye başlayacaktır. Dönüş istikameti kâğıdın su yönündedir. - Kâğıdın iki ayrı istikametinden 15x 5 cm. iki şerit kesiniz. Bu iki şeriti üst üste koyunuz. baş parmakla işaret parmağı arasında ufki bir şekilde tutarak sıkıştırınız. Sıra ile birini diğerinin üstüne koyunuz. Hangisi daha dik durursa o su yönünde değildir. Fazla eğilen su yönündedir. Kâğıdın suyu gerek baskıda, gerekse ciltleme işi sırasında önemi göz önünde bulundurulmalıdır. Kâğıt dokunuş istikametini baskıda layıkıyla tatbik etmezsek büyük zorluklarla karşılaşırız. Kâğıdın suyu baskının ve cilt işinin temizliği ve sanat kaidelerine uygun oluşu bakımından ilk planda düşünülür. Kâğıdın suyu bilhassa ofset baskı sisteminde önemle tatbik edilmelidir. Ofset baskıda kâğıdın suyu kazan miline paralel olmalıdır. Bu şekilde kâğıt kazana iyi sarılır ve uygun bir baskı sağlanır. Kâğıt suyuna ters işlenirse sarılma iyi olmayacak. Baskıdan sonra kırılma ve buruşma olacaktır. Forma baskılarında kâğıdın suyu forma sırtı ile paralel olmalıdır. Bu suretle forma kırma işleminde zorluk çıkmamış olur. Su yönü aksi olduğunda katlanacak kâğıtların muntazam ve düzgün katlanmadığı görülür. Bu durum işin kalitesine tesir ettiği gibi mali yönden de etkileyecektir. Baskısı yapılacak kâğıtların muhakkak su yönünde kesilmesi ve makineye su yönünde yüklenmesi gerekir. Su yönü ters basılmış kâğıttaki deformasyon nedeniyle çok renkli bilhassa trigromi (CMYK) baskılarda başarısızlık olur.

#### 4.2.4. Ofset Baskıda Mürekkep

Ofset baskıda kullanılan mürekkeplerden beklenen özellikler, kalıp üzerinde iş olan yerleri tam örtmesi, homojen akabilmesi ve her yere aynı oranda dağılabilmesidir. Kalıp üzerindeki görüntü kâğıda düzgün ve tam aktarılmalı, yolma veya yapışma yapmamalıdır. En önemlisi ise mürekkep makine üzerinde kurumamalıdır. (Yanık, 2003).

Ofset baskı mürekkeplerinin üretiminde kullanılan hammaddeleri dört grupta inceleyebiliriz;

1. Renklendiriciler,
2. Bağlayıcılar,
3. Çözücü maddeler,
4. Yardımcı maddelerdir.

#### 4.2.5. Ofset Baskıda Nemlendirme Suyu

Ofset baskı da kaliteli baskı sonuçlarının alınmasındaki en önemli unsurlardan birisi; Baskı anında birbiriyle birlikte çalışan su ile mürekkebin dengesinin iyi kurulmasıdır. Suyun az mürekkebin fazla olması tram noktalarının şişmesi, deformasyonu ve kirlenmesine neden olur. Suyun fazlalığı mürekkebin az olması durumunda ise basılan kısımların yüzeyinde yıkanmış gibi su izleri, tram nokta çekirdeklerinin zayıflığı ve renk şiddetinde zayıflama şeklinde görülür. Baskı öncesinde doğru olarak hazırlanmış mürekkep rengi; baskı sırasında yanlış ayarlar veya baskı sonrası uygulanan yüzey parlatma ve koruma malzemeleri nedeniyle orijinalden sapabilir (Oktav, Özcan ve Akgül. 2004).

Bunlar görüntüde siliklik, tram noktalarında küçülme, fazla mürekkep harcanması veya tonlanma, renk şiddetinde azalma gibi problemlerin yanında basılacak kâğıtta aşırı nemlenme gösterecek ve kâğıdın yapısında bozulmalar oluşturacaktır. Ofset baskı sistemi için kullandığımız nemlendirme suyunun ideal nemlendirme yapabilmesi için bazı özellikleri taşıması gereklidir. Bunlar suyun sertliği, pH değeri, iletkenliği ve yüzey gerilimidir (Oğuz, 2002).

Ofset nemlendirme suyunda aranan ideal oran 7-12°dH sertlik değeridir. Sertlik oranı 7°dH değerinden düşük olması durumunda merdanelerde paslanma ve kirlenmeye yol açar. 12°dH değerinden yüksek olması durumunda

kâğıt üzerinde fazla açmalara, mürekkebin içerisindeki yağ asidi ile birleşerek sabunlaşması gibi sorunların ortaya çıkmasına neden olur.

Ofset baskıda en ideal nemlendirme suyunun pH değeri 4.8-5.3 arasındaki oran ile baskı gerçekleştirildiği takdirde kaliteli baskı sonuçları elde edilmektedir. Elektriksel iletkenlik pratikte genellikle ikinci plandadır. Buna rağmen baskı tekniği ve kalitesi açısından hiçbir önem taşımamaktadır. Sadece hazne suyu katkısının doğru oranda katılıp katılmadığının test edilmesi için önemlidir.

### **4.3. Dijital Baskı Sistemi**

Dijital baskı genel anlamda, baskı renklerinin ayırım işlemi için ayrı bir kalıp, film ya da kişiye ihtiyaç duyulmaksızın basılmak istenen işin renkli ya da renksiz direkt olarak baskı makinesine gönderilip baskının yapılabildiği sisteme verilen addır (Özcan ve Sarıaslan. 2011).

Dijital baskı tekniğinde baskı makinesi, gönderilen dijital dosyaları PostScript dosyalar haline getirerek baskıya gönderen bir iş istasyonu ile entegre edilmiştir(Şahin. 2005). Dijital baskı makinelerinde film ya da kalıba gereksinim duyulmamaktadır. Bazı dijital baskı makineleri bilgiyi kalıp yerine buradan elektrofotografik silindirlere aktarmakta ve mürekkep yerine toner kullanılmaktadır. Diğer makinelerde ise sayısallaştırılmış sayfalar, makine üzerindeki özel kalıplara aktarılmaktadır (Cahill. b.t.).

Dijital baskıya gelen iş ilk önce dijital bir ortama alınır. Burada gerekli çalışmalar (işin dizaynı ve iş üzerinde yapılacak değişiklikler) yapılır. Buradan iş baskı makinesine gönderilir. Baskı makinesi kendi bünyesindeki (RIP, Kalıp pozlandırma, vb) işlemleri tamamladıktan sonra iş baskıya hazır hale gelir. (<http://quarkist.com/ARCH/W1/FILES/Indigo.pdf> . b.t ).

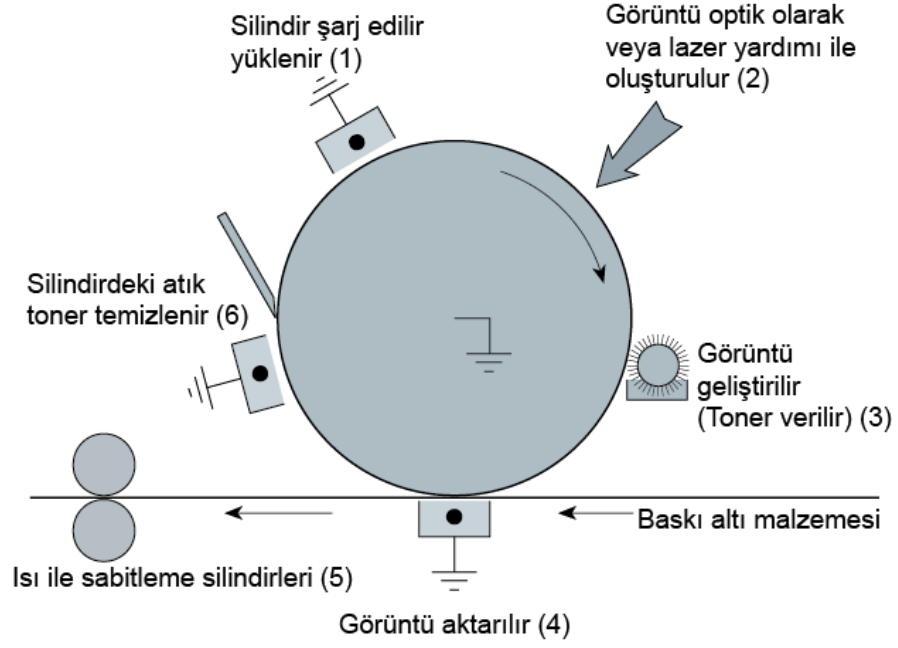
Düşük baskı maliyeti, yüksek performans, yüksek kalite ve üretimde sunduğu esneklik nedeniyle günümüzde dijital baskı tercih edilmektedir. Dijital baskı, tasarımcının çıktı cihazlarını bilgi işlem ağı üzerinde çıkış makinesi olarak görebildiği ve dilediği zaman, gerekli sayıda son haliyle baskı yapabildiği bir tür baskı sistemidir. Kalıp maliyetleri olmadığı için farklı tasarımlar üretilebilmekte ve bu çeşitlilik tasarımcının ve tüketicinin ufuklarını genişletmektedir (Sezgin. 2010).

Dijital baskı sistemlerinde temel olarak iki farklı sistem vardır. Bunları tonerli sistemler ve inkjet sistemler olarak sınıflandırabiliriz. Burada tonerli sistemlerde en temel ve yaygın olan sistem elektrofotografik dijital baskı sistemidir.

#### **4.3.1. Elektrofotografik Sistemler**

Genel olarak tonerli dijital baskı sistemleri olarak bilinirler. Daha çok üretim için kullanılır fakat hızlı üretim yapan işletmelerde iş akışının yavaşlamaması için prova amaçlı da kullanılabilirler. Kağıt seçimi inkjet kadar geniş olmamakla birlikte gelişmektedir. Baskı başına fiyat düşüktür. Baskı hızı yüksektir. Xerografi baskı olarakta bilinmektedir. Bu sistem altı ayrı basamak altında tarif edilebilir. Birinci adımda, ışığa duyarlı drum elektrik ile yüklenmektedir. İkinci adımda görüntü olması istenen alanlarda elektrik oranı drumun ışık tarafından pozlanmasıyla düşürülerek drum üzerinde gizli görüntü oluşturulur. Üçüncü adımda kuru toner parçacıkları drum üzerine aktarılır. Toner parçacıkları önceden elektrik oranı düşürülmüş olan alanlara tutunur ve basılacak olan iş görünür hale gelmiş olur. Dördüncü adımda yine elektrikle yüklenmiş olan blanket silindiri ya da kayışı toner parçacıklarıyla etkileşime geçerek üzerine toplar. Baskı altı malzemesi blanket ve elektrik yüklü kağıt transfer merdanesi arasından geçerek toner parçacıklarını üzerine alır ve baskı gerçekleşmiş olur. Beşinci adımda elektrikle yüklenmiş ön temizlik ekipmanı drumı şarjlayarak temizlik işlemine hazırlar. LED yapılı silme çubuğuyla drum üzerinden elektrik oranı düşürülür.

Yine elektrikle yüklenmiş yumuşak fırçalarla toner parçacıkları drum üzerinden kaldırılır. Bu adımlar ayrı baskı ünitelerinde CMYK renkler için aynı şekilde uygulanır. Altıncı ve son adımda görüntü baskı malzemesi üzerine sıcaklık ve basınç yardımıyla sabitlenir (fusing). Toz ya da sıvı tonerle çalışabilirler (Johnson, 2002).



**Şekil 4.5.** Elektrofotografik Dijital Baskı Sistemi Şeması

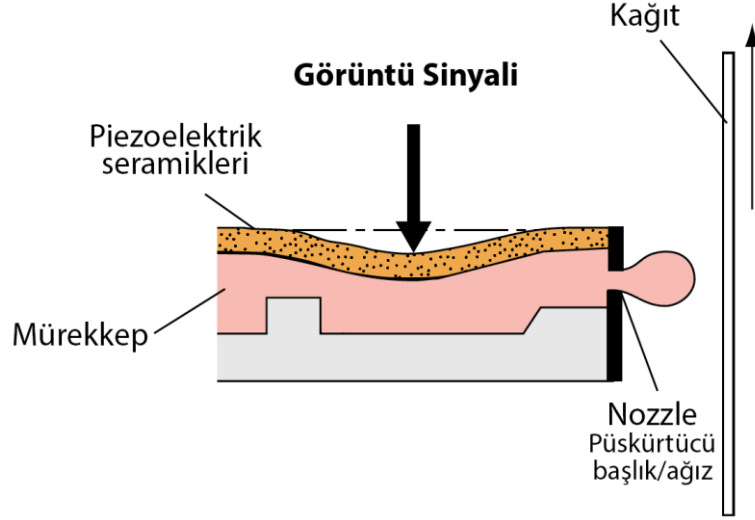
Elektrofotografinin en önemli dezavantajı sınırlı maksimum kâğıt çıkış boyutudur. Görüntünün özellikle parlak kuşe kâğıda yapılan baskılarda, bir açıdan bakıldığında belli belirsiz bir kabarıklık vardır ve bakıldığında renkler parlak ve doygunudur (Kipphan. 2001).

#### 4.3.2. İnkjet Sistemler

Sürekli inkjet, piezo inkjet, termal inkjet teknolojileri olarak farklı sistemleri mevcuttur. Matbaacılıkta prova baskı için çok tercih edilmektedir.

Piezo inkjet teknolojisinde basılması istenen noktacıklara karşılık gelen püskürtme uçlarındaki piezo kristale gerilim uygulanır. Piezo kristal, bu gerilimle esneme hareketi yapar ve iç kısımdaki mürekkep haznesine basınç uygulayarak, mürekkep damlasının püskürtme ucundan dışarı çıkmasını sağlar. Bu baskı tekniğinin birçok avantajı vardır. Her şeyden önce mürekkebin kâğıt üzerine uygulanış şekli sayesinde püskürtülen damlanın gerek şekli, gerekse miktarı konusunda önemli ölçüde kontrol sağlanmakta, ayrıca bu şekilde mürekkebin ısıtılmasına gerek olmaması sayesinde mürekkep üreticileri farklı teknolojiler üzerine eğilebilirler. Zira mürekkebin yüksek ısıya dayanıklı olması zorunluluğu birçok sınırlamayı da beraberinde getirmektedir. Her şeyden önce mürekkebin kâğıt üzerine uygulanış şekli sayesinde püskürtülen damlanın gerek şekli, gerekse miktarı konusunda

önemli ölçüde kontrol sağlanmakta, ayrıca bu şekilde mürekkebin ısıtılmasına gerek olmaması sayesinde mürekkep üreticileri farklı teknolojiler üzerine eğilebilmektedirler (Kipphan. 2001).



Şekil 4.6. Piezo İnkjet Dijital Baskı Sistemi Şeması

#### 4.3.3. İnkjet Baskı Sistemi Mürekkepleri

İnkjet mürekkepleri dolmakalem ve yazı mürekkeplerine benzerdir. İnkjet mürekkepleri bağlayıcıyı, katkı maddeleri ve metil etil keton (MEK), alkol veya glikol gibi organik bir çözelti veya su içindeki boyadan oluşur. İnkjet yazıcılar için mürekkep seçiminde katı kurallar vardır. İnkjet baskı mürekkepleri partiküllerden arınmış olmalıdır ve jet püskürtücü içinde kurumamalı ve katılaşmamalıdır. İnkjet yazıcıları içindeki küçük püskürtücü delikler kolaylıkla tıkanabilirler. Püskürteme deliğinin aşınmasının ve tıkanmasının önüne geçmek için mürekkepler genellikle pigment yerine boyar maddeden yapılıdır. Çözücü “yavaş” olmalıdır ve jet’in buharlaşmasını ve tıkanmasını engellemek için düşük uçuculuğa sahip olmalıdır(Nelson, 2001:79).

#### 4.4. Dijital Baskının Tercih Sebepleri

“Dijital ile birlikte görüntüleme ve baskı kuralları değişmiştir. Dijitalleşme ile birlikte renkler, resim üzerinde oynama ve çok zor olarak bilinen bütün işlemler çok kolay hale gelmiştir. Dijital baskı sistemleri öncelikle tasarımın hazırlanması ile birlikte bunu kağıt üzerinde görebilme

imkanını sağlamıştır. Dijital baskının tercih edilmesinin başlıca sebepleri maliyet, hız, tutarlılık, depolama, geniş ebatlar, sanatsal kontrol, özgürlük-esneklik ve özel uygulamalardır.

**Maliyet:** Dijital baskı makinelerinde film ve kalıp gibi bir ön üretim aşaması gerekmediği için düşük tirajlarda birim maliyet geleneksel sistemlere göre oldukça düşüktür. Bu durumda dijital baskı, hem baskı öncesi üretim aşamalarında film, montaj ve kalıp işlemlerini ve bu işlemler için gerekli malzemelerin kullanımını devre dışı bırakarak, hem de baskı ayarı için fire kâğıt kullanımını gereksiz kılarak kâğıttan, malzemedan ve zamandan önemli oranda tasarruf sağlanmasına katkıda bulunmuştur. Ayrıca baskı öncesi, baskı ve baskı sonrası aşamalarda hemen bütün işlemler makine tarafından yapıldığı için işçilik maliyetinden de oldukça tasarruf sağlanmaktadır. Birçok dijital baskı makinesinin tek bir operatörü varken bu tek kişi, bütün işlemleri kendi başına kolaylıkla gerçekleştirebilmektedir.

**Hız:** Bir masaüstü renkli lazer yazıcıda dakikada 5-6 sayfa herhangi bir çıktı alınırken dijital üretim makinelerinde bu sayı saatte 12 bin civarına çıkmıştır. Herhangi bir ön üretim aşaması gerekmediği için tasarımın hazır olması durumunda sonucu da aynı zamanda almaktayız. Bu da bize çok acil baskılarda büyük kolaylık sağlamaktadır.

**Tutarlılık:** Dijital baskı sisteminde kullanılacak çalışmalar da dijital ortamda bulunduğu için bir tutarlılık söz konusudur. Bir çalışma yeniden basılacağı zaman dijital baskı sisteminde, bir dijital depolama biriminden medya tekrar çağırılır ve baskısı yapılır. Bu işlem sonucunda çıkacak sonuç ilk basılan ile aynı olacaktır. Diğer baskı sistemlerinde film değişikliği, kalıp değişikliği ve boya değişikliği gibi durumlar meydana geldiği için aynı baskıyı yakalamak neredeyse mümkün olmamaktadır.

**Depolama:** Dijital baskının depolama avantajını iki türden ele alabiliriz. Bunlardan birincisi kullanılacak medyaların depolanmasıdır. Dijital baskı sisteminde kullanılacak materyaller de dijital olduğu için günümüzde ebatları çok büyük olan depolama birimlerinde ve neredeyse hiç yer kaplamayan bu cihazların içinde saklanmaktadır. Buradan dosyalar geri çağırılmak istendiğinde ise çok kolay bir şekilde dosyalarımızı bulabilmekteyiz. Dijital baskının depolamadaki ikinci avantajı ise basılmış ürünün depolanmasıdır. Dijital baskıda herhangi bir baskı öncesi üretim (film, kalıp) aşaması olmadığı



için basılacak ürünler istenildiği kadar basılmaktadır. Diğer baskı sistemlerinde birim başı maliyeti etkileyen en önemli unsurun film ve kalıp gibi malzemeler olduğu için birim maliyeti düşürmek adına ihtiyaçtan daha fazla baskı yapıldığını bilmekteyiz. Bu da fazla basılan ürünlerin depolanma ihtiyacını doğurmaktadır. Bu durumda dijital baskı sistemi kullanan bir işletmenin, herhangi bir depolama masrafı olmayacaktır.

**Geniş ebatlar:** Dijital baskı sistemlerinde bobinden bobine sonsuz uzunlukta, bobinden tabakaya, 50x70 ebat kâğıttan A4-A3 boyutuna ve metrelerce uzunluğa kadar baskı yapılabilmektedir. Bu kadar çeşitli medya ve ebada baskı yapılabilmesi, dijital baskı pazarının reklamcılık ve matbaa sektöründe oldukça önemli bir yere sahip olmasının en büyük sebeplerinde birisidir

**Sanatsal kontrol:** Eğer yaptığınız çalışmanızı kendiniz basabiliyorsanız her türlü renk ayarıyla oynayabilirsiniz. Tasarımı hazırlanmış bir işi elimizin altındaki bir dijital baskı makinesine anında göndererek sonucu görebiliriz. Eğer bu sonuç hoşumuza gitmediyse tekrar ayarlarıyla oynayarak çıktımızı yeniden alabiliriz. Ama geleneksel sistemlerde bu ayarlar her zaman mümkün olamamakta ve baskı örneği alınamamaktadır.

**Özgürlük ve esneklik:** Dijital baskıda kalıp maliyeti olmadığı için farklı tasarımlar üretilebilmekte, bu çeşitlilik, tasarımcının ve müşterinin ufuklarını genişletmektedir. Örneğin bir turizm firması için 5 bin adet broşür basıp, her bin adet broşürün kapak sayfalarında farklı yörelerin resimlerini kullanarak bu broşürleri daha da özelleştirmek olasıdır. Buna benzer bir değişikliği ofset baskı sisteminde yapmak istediğinize, baskı öncesi hazırlık maliyeti çok artacak, her ayrı değişiklik için ayrı film, montaj ve kalıp gerekecek, baskı süresi de uzayacaktır. Defalarca kalıp ve film almak ve defalarca ayrı renklerin kalıplarını takıp sökmek, emek, maliyet ve zamanı çok uzattığından böyle bir tasarımın yapılması akıllıca olmayacaktır.

**Özel uygulamalar:** Sahte belge ve doküman üretimini engellemek üzere çıplak gözle görülemeyen, ancak büyüteçle okunabilecek dijital bir yazı fontu olan “mikrotext” bu uygulamalardan bir tanesidir. Bu uygulama dijital baskı makinelerinin RIP ünitesine ekleniyor ve dokümanlarda kullanılabilir. Başka baskı sistemlerinde bu kadar küçük fontla yazı yazmak mümkün değil, ayrıca sahte belge üretenlerin gözünden kaçabileceği çok küçük bir ayrıntı olarak kullanılmaktadır. Bu uygulama ile 100 sayfalık bir kitabın içeriği, bir A4

kâğıda sığdırılabilmektedir. Floresan yazı adı verilen teknoloji ile banknotlar üzerindeki kalpazanlara karşı alınan güvenlik önlemlerinin benzerleri her türlü basılı belgede kullanılabilir. Bu sistemde, banknotlarda kullanılan floresan mürekkebi kullanmadan yine floresan ışığı altında görülebilen floresan yazı kullanılmaktadır (Yavuz, 2010).”



**Kaynak:** Yavuz, 2010

**Şekil 4.7.** Broşür uygulamasında dijital baskı örneği

## 5. BÖLÜM

### SONUÇ

#### 5.1. Özet

Broşür hazırlanırken seçilecek kâğıdın gramajı önemlidir. Broşür katlanan bir yapıya sahipse, yüksek gramajlı bir kâğıt tercih edilmelidir. Yüksek gramajlı kalın kâğıtlar kırım sayısı çok olacak broşürlerde, şişmelere neden olur ve kırım yerlerinin çatladığı görülür. Ayrıca kâğıdın yapısı da tasarım için önemli bir aşamadır. Kâğıt yüzeyi baskı kalitesini etkileyen en önemli unsurlardan birisidir. Kâğıdın yüzeyinin mürekkeple olan teması tasarımı da etkiler.

Tasarım yapmak dikkat gerektiren bir iştir. Sayfada milimlerle çalışıldığı için, bir milim bile yanlış tasarlansa veya kayma olsa broşür katlanamayabileceği için ya da istenmeyen görüntü oluşacağı için baskı hatalı olmuş olacak ve tekrar basılması gerekecektir. Bu sebeple broşür tasarlayan kişinin işinde uzman olması gerekmektedir. Tasarım sürecinde firma veya ürüne ait kurum logosu, amblemi, kurumsal fontları, kurumsal renkleri vs. gibi bilgileri önceden edinmemiz gerekir. Bu bilgileri edinmeden işe başlamak, boşuna zaman ve emek kaybını beraberinde getirir. Tasarımda görsel unsurlar için fazla simetrik düzenlemeden kaçınılmalıdır.

Sayfanın okunurluluğunu arttırmak ve estetik bir görüntü kazandırmak için beyaz boşluğun dengeli kullanımı önemlidir. Broşürün asıl amacı tüketicinin neyi ne kadar bilmesi gerektiğidir. Dolayısıyla kısa metinler kullanmak broşür için en ideali olacaktır. Gövde metinlerde büyük harf, kalın ve italik tarzda yazıların kullanımına dikkat etmek gerekir. Kalın ve italik yazı daha çok vurgulanması gereken yazılarda kullanılmalıdır. Dekoratif tarzda yazı tiplerini kullanırken, metnin okunaklılığına ve tasarıma uyumlu olması gerekmektedir. Okunaklılık tasarımcının üzerinde durması gereken bir olgudur. Ayrıca mesaj iletimi, yazıları okunur kılan niteliklerin bütünleşmesiyle sağlanır. Okuyucu mesajı algılayabilmek için az çaba sarf etmesi gereklidir. Tipografik karakterlerin okunaklılığı, söz konusu olduğunda kontrast, yalınlık ve orantı temel unsurlardır.

Broşür tasarımına başlamadan önce sayfa düzenleme şekline karar vermek tasarım da zaman kazandıracaktır. Belirli bir konseptte oturmeyan broşür tüketici üzerinde etkisiz bir rol oynayabilir. Broşür görünüş ve içerik olarak bir düşünceyi değiştirebilmeli ve mesajı satabilme özelliğine sahip olmalıdır. Genel olarak herkes tarafından bilinen bir ürünü yeni bir şekilde sunmak başarılı bir çalışmadır. Seçilen sözcükler, kullanılan renkler ve uygulamayı düşündüğünüz tasarım tüketiciye vermek istediğiniz imajın ortaya çıkmasına yardımcı olur.

İmaj broşürü çok net olmayan bir konu olduğu için, hazırlanması zordur. Bilgi verici broşür ise somut ve bütünlük gerektirdiği için hazırlanması daha kolay bir süreçten geçer. Broşürün içeriğini hazırlarken dikkat etmemiz gereken önemli bir nokta da bilgileri doğru toplamamız gerektiğidir. Bazı konudaki broşürler özel ilgi alanlarına hitap ederek hazırlanır. Örneğin bir sağlık broşürü sağlık birimiyle çalışan kişileri ilgilendirebilir. Tıbbi bir bilgi yazmamız isteniyorsa, bu bilgiyi doğru bir şekilde elde etmeliyiz. Broşürleri uzun ömürlü olarak nitelendirebilmemiz mümkündür. İhtiyaç duyulduğunda çoğu kez tekrar bakılır ve el altında tutulur. Örneğin sağlık, eğitim, turizm vs. bilgilendirmeyi amaçlayan broşürler uzun süreli saklanabilir. Broşürde konsept oluşturulup metin yazıldıktan sonraki önemli kısım sloganın oluşturulmasıdır. Slogan vermek istediğimiz mesajda etkin rol oynar. Ayrıca semboller, grafikler, tablolar gibi görsel öğelerin düzenlenmesinde de destek olur. İçeriği ve görselliği incelenen broşürün, boyutuna ve biçimine karar verilmelidir.

Broşürün kullanım yerini belirlemek tasarımda belirleyeceğimiz üslup için de oldukça önemlidir. Broşür eğer geniş bir basın dosyasının bir parçası olarak kullanılacaksa, basın dosyasında yer alan diğer malzemelerle stil olarak benzerlik göstermelidir. Örneğin basın dosyasında kullanılan malzemeler resmi ise broşürün içeriği de resmi olarak hazırlanmalıdır. Tek başına kullanılacaksa, broşürde bilginin tamamının anlatılması ve basın dosyasına bağlı kalmaksızın istenilen içerikte hazırlanması uygun olabilir.

Broşürde ilk ve son sayfaların nerede duracağı önemli bir konudur. Kapak sayfası olarak adlandırabileceğimiz ilk sayfa herhangi bir bilgi içermekten ziyade, okuyucunun dikkatini çekerek iç sayfalara yönlendirir. İlginç bir soru, dikkat çekici bir fotoğraf broşürün ilk sayfasında merak uyandıran unsurlardır. Broşürün son sayfasında genellikle iletişim adresi,

telefon, faks, e-mail v.b. gibi bilgiler yer alır, ayrıca son sayfa beyaz alanın en çok kullanıldığı sayfadır. Girintili kısa paragraflar broşürde oldukça sık kullanılır. Broşürde girintili kısa paragraf kullanmak okuyucuya bağımsız olarak herhangi bir paragraf okuma özgürlüğü tanır. Kullanacağımız fotoğrafın boyutları, görüntü işleme programında içerik metnine göre büyütülerek çalışılabilir. Bağımsız olarak boyutları değiştirilebilen resimler, üzerlerinde çalışılması amacıyla çalışılan sayfanın üzerine yerleştirilebilir. Sayfa ebadını değiştirmek, görsel boyutunu değiştirmez fakat çevresindeki çalışma alanını daraltabilir ya da genişletebilir. Sayfa ebadı fotoğraftan daha büyük olarak değiştirildiğinde, boş alanlar resim işleme programında arka alan rengiyle doldurulur. Eğer sayfa ebadı daha küçük çalışılacaksa, bu sefer görseli kırmak gerekli olacaktır. Her aşamasının tamamlandığına emin olunduktan sonra broşür sağlıklı bir şekilde baskıya verilebilir.

Tasarımda tipografi kurallarına her zaman dikkat etmeliyiz. Örneğin broşürde karmaşık ya da uzun bir bilgi yer alıyorsa, bunu dekoratif yazı karakterlerinden uzak, yalın bir şekilde anlatmalıyız. Çok fazla sayıda ve üst üste kullanılan tipografi görsel kirliliğe neden olmakta ve anlatılmak istenen mesaj işlevini yitirmektedir. Sözcüklerin biçimsel özellikleri yazı karakteri, espas, diziliş biçimi, vereceği mesajı açıklayıcı ve simgeleyici bir işleve sahip olmalıdır. Baskı yüzeyi ile göz arasındaki normal okuma uzaklığının 25-35 cm olduğu gerçeğini göz önüne alırsak, harf boyutunu seçerken dikkatli olmamız gerekmektedir. Dolayısıyla broşürde algılanan yazı ölçüleri, 9 ile 12 punto arasında değişir. Okuyucu kitlesi de harf boyutunu belirlemede etkilidir. Örneğin yaşlı insanlara yönelik bir broşür tasarlayacaksa büyük puntolu harfleri tercih etmeliyiz. Uzun satırlar okuyucuyu oldukça yorar. Göz bir alttaki yazıyı bulmada zorluk çeker. Mümkünse yazı metnini kısa tutmamız okumayı kolaylaştırdığı gibi mesaj iletmede de etkili bir süreç olur. Yazının et kalınlığı da okunaklılığı etkileyen unsurlardan biridir. Çok ince yazılar zeminde kaybolduğu gibi kalın hatlara sahip karakterler ise, yazıda karmaşıklığa sebebiyet verir. Boşluk ve fon harfin okunaklılığını kendi biçimi kadar etkiler. Genellikle okuyucu beyaz zemin üzerinde siyah yazıyı okumaya alışkındır. Fakat farklı renkler kullanıldığında da doğru oluşturulan kontrastlarla okunaklılık bir kayba uğramaz.

Broşür tasarımında kâğıt seçimi broşürün katlama biçimine, hedef kitle ve içeriğine göre değişkenlik gösterir. Örneğin broşürde bir restoran tanıtıyorsak içerik olarak yiyeceklerin albenili gözükebilmesi için parlak kuşe kâğıt kullanmamız uygun olacaktır. Tam zıttı kurumsal bir firmaya broşür tasarlayacaksak, mat kuşe kâğıt tercih etmemiz daha yerinde olacaktır. Mat kuşe kurumsal firmanın sunduğu hizmetin kalitesini daha açık bir şekilde ortaya koyar. Firmayı tanıtan broşürün uzun ömürlü olmasını tercih ediyorsak, broşürün üzerini baskıdan sonra, koruyucu özelliği olan mat selefonla kaplayabiliriz. Böylelikle broşürün kalitesini daha da arttırabiliriz. Fotoğrafa yönelik renk kaygısının bulunmadığı daha çok illüstrasyon ağırlıklı görseller, yazıların ön planda olduğu ve gençlere yönelik tasarımlarda 1. hamur kâğıt tercih edilebilir. 1. hamur kâğıt emici özelliğinden dolayı renkler soluk çıkar. Ayrıca evlerde, ofislerde kullanılan A4 kâğıdın yapısal özelliğine sahiptir. Broşür için kuşe kâğıda baskı alınacaksa, 90-300 gr arası 1.hamur kâğıda baskı alınacak ise, 80-160 gr arası kâğıt tercih edilmelidir. Çok fazla kırımın olacağı işlerde kırım üzerindeki renklere çatlama görülmemesi için yüksek gramajlı kâğıtlar kullanmamamız gerekir. Az kırımlı tasarımlarda kalın gramajlı kâğıtlar kullanılabilir. Broşürle birlikte kullanılan CD tarzı malzemelerin mukavemeti için kalın gramajlı kâğıtların kullanılması daha uygun olur.

Broşürler genellikle A4 (21cmx29,7cm) ebadında tek ya da iki kırımlı olacak şekilde hazırlanırlar. Broşür dağıtım aşamasında gazete ve dergi aracılığıyla olsun, elden dağıtım aracılığıyla olsun A4 ebat daha uygun olduğu için genelde bu ebatla tasarlanır. Broşürler tabii ki sadece A4 ebadında değil farklı ebatlarla da tasarlanabilir. Broşürlerin farklı boyutları ve birçok katlama şekli vardır. 4, 6, 8, 12, 16 sayfalı katlamalı, bohça kırım, paralel kırım, dikine kırım, akordeon kırım, tel dikişli olarak değişiklik gösterirler. Katlama şekli broşürün forma ve montaj işini de belirler. Kâğıt katlamasına göre içte ve arka yüzeyde kalan katlanan sayfaların boyutlarının, ön sayfaya göre biraz daha küçük olması gibi teknik bilgiler de dikkate alınmalıdır. Az sayfalı işlerde katlama, çok sayfada ise tel dikiş uygulanır. Broşür tasarımına başlamadan önce katlama şekli ve kullanılacak boyutu da belirlemek gerekir.

Broşür baskıya gitmeden önce kırım, kesim ve taşma payları belirlenmelidir. Taşma payının en az 3 mm ve en fazla 5 mm olarak verilmesi

gerekir. Baskı broşürün tirajına göre ofset baskı ya da dijital baskıda basılabilir. Baskı dört renk (trigromi) veya özel renkle basılabilir. Baskı işlemi gerçekleştirildikten sonra, broşürün daha kalıcı olmasını sağlamak, renklerini korumak için ön ve arka yüzeyine parlak veya mat selofan uygulanabilir. Parlak selofan broşürdeki fotoğrafların canlılığını korur ve güzel bir görüntü sağlar. Mat selofan ise daha çok hizmet sektöründeki broşürler için daha uygun olacaktır. Baskı sonrası gerçekleştirilen diğer bir işle ise ultraviyole lak uygulamalarıdır. Bu uygulama broşürde estetik açıdan farklı bir etki yaratabilir. Markanın ön plana çıkmasını istiyorsak logonun üzerine lak uygulaması gerçekleştirebiliriz. Broşürde sadece bir bölgenin daha canlı gözükmesini istiyorsak, tasarıma bağlı olarak örneğin su damlaları, kum gibi görsellerin üzerine bölgesel lak ya da parlak lak uygulanabilir. Broşürlere sadece düz kesim değil, özel kesimde uygulanabilir. Özel kesimler ilginç broşürler ortaya çıkarabilir. Ayrıca okuyucuda bir sonraki sayfayı çevirmek adına merak uyandırabilir.

## **5.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı**

Afiş, broşür, katalog ve poster hazırlama ile ilgili çok sayıda lisans ve yüksek lisans seviyesinde tezlere ve makalelere ulaşmak mümkündür. Geçmiş dönemlerde bunlarla ilgili yapılan çalışmalar azımsanmayacak sayıdadır. Ancak broşür hazırlama ile ilgili olarak bu denli detaylı ve açıklayıcı yüksek lisans seviyesinde yerli çalışma yapılmamıştır. Bu çalışmada broşür hazırlama çalışması yapacak olan tasarımcılar için yararlanılacak pek çok bilgi yer almaktadır.

Bu çalışma sadece yapılan işin tasarım sürecini değil, bu sürecin öncesini ve sonrasını da aktarmaktadır. Broşür tasarımı ya da tasarlama kısmı grafik tasarımcıların nispeten bildiği kısımlar olarak görülmektedir. Fakat pek çok tasarımcı işin baskı tarafını bilmez. Bu durumda çoğu zaman problemleri beraberinde getirir. Reklam ajanslarında ve matbaalarda en çok yaşanan problemlerin başında ajanstaki grafiker ile matbaadaki baskı hazırlık işini yapanlar arasında yaşanan iletişimsizliklerdir. Buradaki iletişim problemi mesleki olarak aynı dili konuşmıyor olmalarıdır. Bu çalışma grafikerlere matbaacılık hakkında, matbaacılara ise işin tasarım tarafıyla ilgili bilgiler vermektedir. Bu da ajans ve matbaa arasındaki iletişim problemlerini aza indirecektir.

### **5.3. Araştırma Kısıtları**

Broşür hazırlamak çok dikkat isteyen, geniş kapsamlı ön hazırlık gerektiren ve sonrasında tasarım işlemleri ve baskı hazırlık aşamaları da aynı özeni gerektiren bir iştir. Bütün bunların yerine getirilmesi amacımıza ve hedeflerimize ulaşabileceğimiz anlamına gelmez. Burada saydığımız ve saymadığımız bütün süreçlerin doğru işlemesi gerekmektedir. Hedef kitle seçimi, mesajın iletilmesi için gerekli bilgilerin belirlenmesi, toplanması ve bunların doğru kullanılması, tasarıma başlamak, taslaklar hazırlamak, şablonlar oluşturmak bu işin sadece ön hazırlık aşamalarıdır. Sonrasında uygun kâğıt seçimi, renklerin kullanım tercihi, etkili tasarım, baskı hazırlık kısımları ve hatta baskı sonrası ek işlemler ve maliyet hesabı gibi bir sürü dikkat edilmesi gereken etkenler vardır. Değişkenlerin bu denli çok olması çalışmayı zorlaştırmaktadır. Daha etkin ve kısa sürede sonuç almak için bazı değişkenleri sabit kabul etmek ya da daha dar kapsamlı çalışma yapmak sonuç alma açısından daha iyi olabilir. Çalışmada bu değişkenlerin çokluğu nedeniyle sıkıntılar yaşanmıştır.

### **5.4. Geleceğe Yönelik Çalışma Alanları**

Konu ile ilgili olarak daha geniş kapsamlı ve uygulamaya dönük çalışmalar yapmak ilerisi için daha da yararlı olacaktır. Özel bir başlık ya da konu seçilerek uygulamalı olarak, detaylı anlatımlı olarak konu irdelenebilir. Broşür hazırlık aşamaları, amaç ve hedeflerin belirlenmesi, tasarımda kullanılacak bilgilerin elde edilmesi ve o bilgilerin özellikleri detaylı olarak incelenebilir. Broşür taslağının hazırlanması, sayfa mizanpaj, çizim ve resim işleme programlarında örnekli anlatımlar konuyu kavramada etkili olacaktır. Broşür de kâğıt seçimi, baskı hazırlık aşamaları ve baskı sonrası işlemler detaylı ele alınabilir. Bu işlemlerin broşür maliyetine etkileri incelenebilir. Grafik tasarımcılar ile matbaacılar arasında yaşanan problemler üzerine çalışmalar da yapılabilir. Konunun grafik tasarımcı açısından matbaanın beklentilerini anlaması, matbaacı açısından da tasarımcının isteklerini anlaması sağlanabilir. Her daim birbirleriyle bağlantılı olarak çalışan tasarımcıların ve matbaacıların ortak dili konuşmaları sağlanmalıdır.



## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

- Ambrose G. , Harris P. (2010), *Design Thinking*. UK: AVA Publishing.
- Ambrose G. , Harris P. (2010), *The Visual Dictionary of Pre-press and Production*. UK: AVA Publishing.
- Ambrose G. , Harris P. (2006), *The Visual Dictionary of Graphic Design*. UK: AVA Publishing.
- Armstrong, H. (2009). *Graphic Design Theory*. China: Princeton Architectural Press
- Becer, E. (2011). *İletişim ve Grafik Tasarım*. 8. Baskı Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Beytut, H.N. (2007). *Baskı Teknikleri. Ders Notları*, İstanbul. Marmara Üniversitesi TEF
- Flexography: Principles & Practices. (2000) FTA (Flexographic Technical Association)
- Ganiz, S. (2012). *Çizginin Yolculuğu*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversite'si Yayınları.
- Ganiz, S. (2004). *Yazı ve Tasarımcıları*. 1. Baskı İstanbul: Kastaş Yayınevi.
- Gerbrüder, H. (1971). *Rheological of The Technician*. Germany
- Gençoğlu, E.N. Şimşeker, O. Özdemir, L. (2009). *Flekso Baskı Sistemi*. Geliştirilmiş 2.Baskı. İstanbul. Dupont Türkiye.
- İŞINGÖR, Mümtaz, ETİ, Erol ve ASLIER, Mustafa (1986). *Resim I, Temel Sanat Eğitim, Resim Teknikleri, Grafik Resim*, Ankara: Türk Tarih Kurum Basımevi.
- Johnson, H. (2002). *Mastering Digital Printing*. USA. Muska & Lipman.
- Kipphan, H. (2001). *Handbook of Print Media Technologies and Production Methods*. Germany. Springer - Verlag Berlin Heidelberg.
- Lawrence, A.W. (1997). *What the Printer Should Know About Paper*. USA: GATF Press.
- Leach, R.H. Armstrong, C. (1988). *The Printing Ink Manuel*: England
- Mazlum, F. S. (2006). *Masaüstü Yayıncılık Tasarım ve Basım Teknolojisine Giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Nelson R. E. (2001). *What the Printer Should Know About Ink*. USA: GATF Press.

Parlak, H. (2006). *Temel Grafik Tasarım Bilgisi*. İzmir: Ege Üniversite'si Basımevi.

Printing Ink Handbook. (1988). NAPIM (National Association of Printing Ink Manufacturers).

Tuksal, M. (2008). *Grafikerin El Kitabı*. 1. Baskı İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Uçar, T. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. 5. Baskı İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Varol, S. (1997). *Grafikler için Freehand 7*. İstanbul: Sistem Yayınları.

Weill, A. (2012). *Grafik Tasarım*. Çev. Orçun Türkay. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

## **MAKALELER**

Oktav, M. Özcan, A. Akgül, A. (15-17 Nisan 2004). Ofset Baskı Mürekkeplerinin Mikro Düzeyde İncelenmesi.V. *Uluslararası Boya, Vernik, Mürekkep ve Yardımcı Maddeler Kongresi ve Sergisi*. Bildiriler Kitabı.İstanbul

Özcan, A. Sariaslan, S.(2011). Elektro-Statik Sıvı Tonerli Dijital Baskı Sistemlerinde Blanket Yıpranmasına Bağlı Nokta Deformasyonlarının İncelenmesi. *IV. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu*. Bildiriler Kitabı. İstanbul

Sözen, M. Tutak, D.(29-30 Eylül 2003). Serigrafi Baskıda Kullanılan Elek Dokuma Çeşitleri ve Bu Teknikle Porselen Dekorlama Yöntemleri.I. *Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu*, Bildiriler Kitabı. Ankara

Cahill, V. (b.t.). Introduction to Digital Printing Technology, *SGIA Journal, Screenprinting & Graphic Imaging Association*, <http://www.sgia.org>.

## **TEZLER**

Beytut, H.N. (1990). Ofset Baskı ve Planlama.*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*,İstanbul. Marmara ÜniversitesiFBE.

Biröl, E.(2006). Katalog Tasarımında Vektörel ve Bitmap Tabanlı Programların Kullanımı. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi

Edinç, E. Karasu, Y. Okumuş, E.(2008). Temel Baskı Sistemlerinde Kullanılan Mürekkeplerin Yapısı ve Özellikleri.*Yayınlanmamış Lisans Tezi*, İstanbul. Marmara Üniversitesi TEF.

Emden, R.(1996). Oluklu Mukavva ve Karton Ambalajın Hammadde ve Üretim Açısından İncelenmesi.*Yayınlanmamış Lisans Tezi*, İstanbul. Marmara Üniversitesi TEF.

Gökpınar, E. (2001). Turizm Broşürü Tasarımında Karşılaşılan Grafik Tasarım Sorunları ve Bir Uygulama Çalışması.*Lisans Sanat Eseri Çalışması Raporu*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

Oğuz, M. (2002). Bilgisayarlı Baskı Kontrol Ünitelerine Sahip Ofset Baskı Makinalarında Baskı işlemleri. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul. Marmara Üniversitesi FBE.

Özakhun, Ş.C. (1990). Flekso Baskı Teknolojisi ve Uygulaması. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul. Marmara Üniversitesi FBE.

Özkoyuncu, M. M. (1999). Bilgisayar Ortamında İllüstrasyon.*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Sanat Eseri Raporu*.Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

Özmen, M. B. (2006). Reklamda Grafik Tasarımcılığı. *Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi.

Sezgin, M.(2010). Basım Endüstrisi ile İlgili İleri Teknolojilere Ait Temel Kavramların İncelenmesi.*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul. Marmara Üniversitesi FBE.

Şahin, C. (2005). Dijital Baskı Sistemleri ile Ofset Baskı Sisteminin Teknik ve Ekonomik Açından Karşılaştırılması.*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* Ankara. Gazi Üniversitesi FBE.

Yücel, A.(2008). Bilgisayar Destekli Tasarım Eğitiminde Vektörel Çizim Programlarının Amblem ve Logo Tasarımlama Sürecine Katkısı. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Samsun: Ondokuzmayıs Üniversitesi SBE.

Ünal, U. (2001). Masau□stu□ Yayıncılık Temel Uygulama Kavramlarının İncelenmesi.*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.İstanbul: Marmara Üniversitesi FBE.

Yavuz, V. (2010). Matbaacılık Sektöründe Dijital Baskı Sistemleri: Dijital Baskı Sistemi ve Ofset Baskı Sisteminin Karşılaştırılması. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi.

Yanık, H. (2003). Ofset Baskıda Kalite Kontrol Kriterlerinin İncelenmesi.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul. Marmara Üniversitesi FBE.

## İNTERNET KAYNAKLARI

MEB.(2007). *Grafik ve Fotoğraf Broşür Tasarımı*.  
<http://www.megep.meb.gov.tr/> (10 Haziran 2013).

MEB.(2008).*Gazetecilik İlan, Afiş ve Broşür Hazırlama*.  
<http://www.megep.meb.gov.tr/> (10 Haziran 2013).

MEB.(2007). *Grafik ve Fotoğraf Alanı Reklam Afişi*.  
<http://www.megep.meb.gov.tr/> (10 Haziran 2013).

MEB.(2007). *Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri Reklam ve Tanıtım Hizmetleri*. <http://www.megep.meb.gov.tr/> (10 Haziran 2013).

MEB.(2011).*Gazetecilik Logo İlan Afiş ve Broşür Tasarımı*.  
<http://www.megep.meb.gov.tr/> (10 Haziran 2013).

MEB.(2007).*Fotoğraf ve Grafik Nokta-Çizgi*. <http://www.megep.meb.gov.tr/>  
(10 Haziran 2013).

Akgün,C.(t.y.)

[http://www.ceyhunakgun.com/kutuphane/paylasim/files/InDesign\\_DonumNoktasasi.pdf](http://www.ceyhunakgun.com/kutuphane/paylasim/files/InDesign_DonumNoktasasi.pdf) (18.11.2013)

Aktüel Ürünler(t.y.)

<http://www.aktuelurunler.com/2013/04/ucz-market-24-nisan-2013-aktuel.html>(18.10.2013)

Broşür Nedir? Broşür Özellikleri ve Fiyat Bilgileri(t.y.)

<http://blog.webmatbaa.com/brosur-nedir-brosur-tasarimi-fiyat-bilgileri/>(25 Mayıs 2013)

Broşür (t.y.)

<http://notoku.com/brosur/>(18.10.2013)

Broşür Katalog vb. Basılı Materyallerin Önemi (t.y.)

<http://www.byarti.com.tr/modules/news-simple/faaliyetler.xml> (25 Mayıs 2013)

Broşür Tasarımı Nasıl Yapılır? (t.y.)

[http://www.envogue-project.eu/envogue/supportingdocuments/tr/Leaflet%20and%20Web%20Design\\_TR.pdf](http://www.envogue-project.eu/envogue/supportingdocuments/tr/Leaflet%20and%20Web%20Design_TR.pdf) (25 Mayıs 2013)

Broşür Tasarımında Temel Bilgiler (t.y.)

<http://www.vsakademi.com/Egitimler> (10 Mayıs 2013)

Balıkesir Turizm (t.y.)

<http://www.balikesirturizm.gov.trbelge1-10195537-turizm-haftasi-kutlaniyor.html>

(10 Kasım 2013)

Dünden Bugüne Türk Grafik Tasarım Tarihi... Bölüm -1 (t.y.)

<http://www.grafikerler.org/konu/dunden-bugune-turk-grafik-tasarim-tarihi-bolum-1.31098/> (10 Kasım 2013)

Die-Cut Brochure (t.y.)

<http://www.modny73.com/graphics/25-die-cut-brochure-design-ideas-for-your-next-print-activity/> (10 Kasım 2013)

Grafik Sanatı ve Eğitim (t.y.)

<http://www.vsmagazin.com/2012/07/grafik-sanati-ve-egitim/> (25 Mayıs 2013)

Reklamcılığın Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve Türler (t.y.)

<http://akademik.maltepe.edu.tr...1.hafta%20-%20Reklamcılık%20tanımı,%20>  
(10 Ocak 2014)

Reklamcılığın Tarihi (t.y.)

<http://reklamgunlugu.wordpress.com/> (15 Mayıs 2013)

Sanat Tur Broşür (t.y.)

[http://grayling-mi.comattractionsthe-artsattachmentrsz\\_art\\_tour\\_brochure](http://grayling-mi.comattractionsthe-artsattachmentrsz_art_tour_brochure)  
(25 Mayıs 2013)

45 İlginç Broşür Tasarımları (t.y.)

<http://www.geneticajans.comtrblogoku3> (25 Mayıs 2013)

Indigo (t.y.)

<http://quarkist.com/ARCH/W1/FILES/Indigo.pdf> . (25 Mayıs 2013)

## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

ADI VE SOYADI: Gamze ŞENTÜRK

DOĞUM YERİ VE: İstanbul-17.05.1984  
TARİHİ

MEDENİ HALİ: Evli

E-MAIL: gamzesenturk2@gmail.com

### EĞİTİM DURUMU

2012 - ... Arel Üniversitesi Grafik Tasarımı Yüksek Lisans Programı

2004 – 2007 Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Matbaa  
Eğitmenliği Bölümü

2002 - 2004 İstanbul Üniversitesi T.B.M.Y.O. Matbaacılık Bölümü

1998 - 2002 Cağaloğlu Anadolu Kız Meslek Lisesi İstanbul