

YAZILAR ARALIK 2023 SAYI 255



New York Dergisi izniyle.

uzantısı haline geldiği günümüzde bu gerçekten çok önemli görünüyor. Daha fazla insanın Instagram'da gerçek hayatta olduğundan daha fazla kapak gördüğünü hissediyorum.

Quon: Ayrıca, özümüzde gazeteciyiz, değil mi? Bir tartışma, bir hareket başlatma fırsatımız var. Bu gerçekten büyük bir ayrıcalık. Ve kapaklarımızı düşünürsek, tek başına bir görüntünün çok fazla ağırlık taşıması gerekiyor diyebiliriz. Fikir odaklı olmalı ve dili çok kısa ve öz bir şekilde kullanmalı. Demek istediğim, X görseliyle örtüşen doğru dili bulmak veya doğru dille gidecek doğru sanatı bulmak için attığımız taklalar... Her ikisinin birlikteliği çok önemli ve bence o konuyu ateşleyecek, bir fikri ileriye taşıyacak olan ve her seferinde en önemli amaç bu.

Edel Rodriguez izniyle.



Bunu mutlaka başaramıyor olabiliriz, ama örneğin Edel, sizin TIME için yaptığınız kapakların ikonik olduğunu söyleyeceğim. Bunların çoğu muhtemelen ikonik Trump kapaklarıydı ve oldukça önemliydi. Bu zaman içinde bir an gibiydi.

Rodriguez: Benim de dikkatimi çeken şey, insanların dergileri alıp protestolarda ellerinde taşımasıydı. Böylece dergiyi salt bir dergi olmaktan çıkardılar.

Biemans: Günümüzde kapaklar daha ziyade bir gösteri aracı mı, yoksa eskisinden olduğundan daha çok

sosyal bir katılım aracı haline geldi?

Rodriguez: Sanırım insanlar sosyal medya olayı yüzünden bu kapakları alıyor ve onları ikonları ya da profil resimleri olarak kullanıyorlar, yani bir tür "Bak ne okuyorum" diyorlar. Yani, sosyal medya, gazete bayiiinde uzaktan baktığınız bir şey olmaktan ziyade, "Buna katılıyorum, şuna bakın. Benim savunduğum şey bu" şekline dönüşüyor. Ve bununla birlikte kendini gösteren diğer şey, kapaklar, en azından benim için, daha çok görsel ile ilgili hale geldi. İnternet uluslararası olduğu için, küçük bir başlıkla sadece bir resim olarak yayınlanan kapaklarım oldu; aynı görüntüleri paylaşan farklı farklı diller konuşan insanlar var, bu yüzden kapaklarım Brezilya'dan Japonya'ya veya Mısır'a gitti.

Bunu, tipik bir kapakta bir görselle yapmak için yarım paragrafa veya üç cümlelik alt başlığa ihtiyacınız vardır. Uluslararası bir imaj günümüzde genellikle tüm medyaya yansır.

Kapak olayının sosyal medyada bu kadar öne çıktığını ne zaman fark etmeye başladınız?

Rodriguez: Benim böyle bir şeyi ilk kez fark ettiğimde 2014 filan gibiydi diyebilirim. Newsweek için kadınların taciz edilmesiyle ilgili bir kapak yaptım. Kapak, "Today" programına çıktı ve çok tartışıldı.

Bir sanat yönetmeni açısından bakarsak, bu kapakların sosyal medyada görünür

olmaları, kapak tasarımına yaklaşımınızı çok belirgin bir şekilde değiştirdi mi?

Quon: Sanmıyorum. Yazı işlerinde tartışmalarımızın hâlâ aynı olduğunu hissediyorum. Bundan oldukça eminim.

Biemans: Ben de. Eğer öyle olsaydı, artık tipografik kapaklar yapamazdık. Çevrim içinde onlar pek sevilmiyor (gülüşmeler). Ben seviyorum, ancak diğer kapaklar kadar ilgi çekmiyorlar. New York Magazine'de birkaç hafta önce kürtajla ilgili tipografik bir kapak yapıldı. Bence şu an için gelmiş geçmiş en iyi kapaktı.

Rodriguez: Bence fiziksel bir kapak mı, çevrim içi mi, yoksa sosyal medya mı sorusunun cevabı hepsinin aynı şey olduğu – önemli olan kapağın bir, iki saniyede okunan bir şey olduğudur, anında anlarsınız. Anlarsınız ve sizi yakalar. Bence kavrayışınız bundan fazla zaman alırsa, iş fazla karmaşık hale gelir. Cesur bir ifade biçimidir; örneğin 1960'larda George Lois'in Esquire'daki Muhammed Ali, ya da Campbell çorba kapağıyla yaptığı şey buydu. Bu sadece bir pop kültür imajıydı – ve "Bam"! Açıklamaya gerek yoktu.

Alberty: Ve bence doğru anı yakalamak da bunun büyük bir parçası. Bu sadece şans... Bir dalgayı yakalamak gibi: önemli olan haberin zamanlaması, dergi kapağının bakış açısındaki ne olursa olsun havası – tutumu ve hikâyeye nasıl özel bir bakış açısı kazandırdığı, kültürde neler olup bittiği...

Bunlar çok bariz olan şeyler, ama aynı zamanda da çok tesadüfi. Bence konu evrenin tuhaf simyasında yatıyor, sonra doğru kelimeler, doğru görüntü, doğru an oluyor.

Rodriguez: Çıkıp iki hafta önce çok önemli olan bir şeyle gelersen kimsenin umurunda olmaz. Zamanlama, görüntüden bile daha önemlidir. İşim, Twitter'ı ve tüm bu tartışmaları izlemek ve içimden "Bunun hakkında bir şeyler söylemeliyim" şeklinde. Hatta aslında bu bana da oldu – içerik akışıma bir şeyler koyuyordum, çünkü



Edel Rodriguez izniyle.

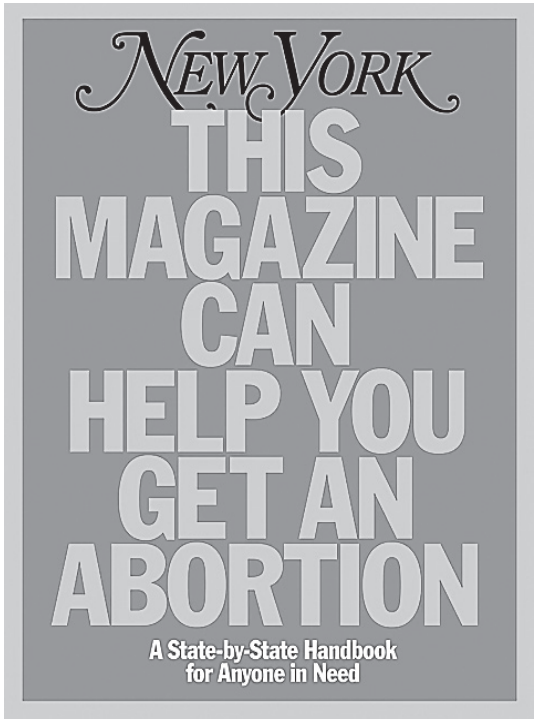
haftalık bir derginin bile olup bitenler için çok yavaş olduğunu hissediyordum. Bu yüzden hep bir şeyler paylaşırdım ve sonra Der Spiegel bunu Twitter içerik akışından alır ve "Bunu yayınlatabilir miyiz?" derdi.

Prodüksiyon açısından bakıldığında, sürekli hareket eden haber döngüsü dolayısıyla geri dönüş sürelerinde ve son tarihlerde nasıl değişiklikler oldu?

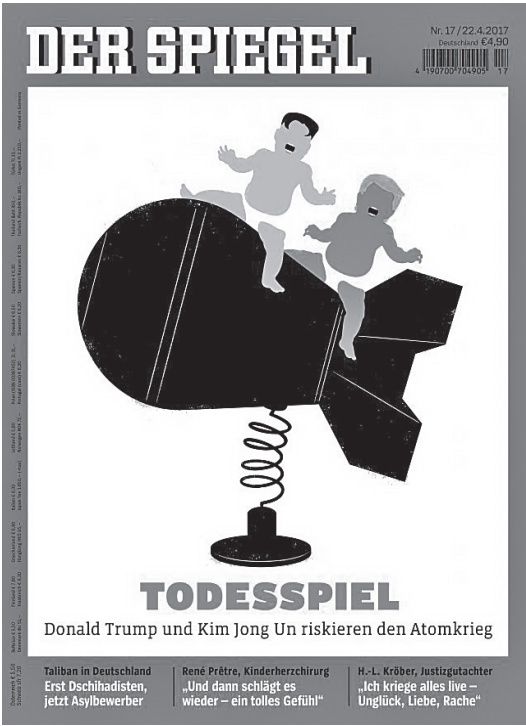
Quon: Artık çok daha hızlıyız. Tabii, İnternet her şeyi hızlandırıyor, bir kere artık sevkiyat yok, dünya sizin amacınıza hizmete amade. Dünya artık çok küçüldü; Almanya'da, Çin'de, Japonya'da birileriyle çalışıyor olabilirsiniz ve teslim tarihlerinize büyük bir kolaylıkla ulaşabilirsiniz.

Rodriguez: Artık dergilerin kendi Twitter içerikleri var, bu yüzden

Edel Rodriguez izniyle.



A State-by-State Handbook for Anyone in Need



Edel Rodriguez izniyle.

kapağı dergi çıkmadan önce yayınlıyorlar. Örneğin *Der Spiegel* pazartesi veya salı gününe kadar basılmıyor, ancak cuma günü kapaklarından birini Twitter'a koyuyorlar ve cumartesi sabahı insanlar kapağı bastırılmış ve protestolarda kullanıyor oluyorlar. Gerçek dergi fiziki olarak çıkmadan önce bir sürü şey oluyor. Dolayısıyla sosyal medyanın kesinlikle çok şeyi değiştirdiğini düşünüyorum; sosyal medyayı, Tom Alberty veya Jody Quon'un karşısına çıkmak için kullanabileceğimi fark ettim (kahkahalar) ve "Bakın ben ne yapıyorum!" diyebiliyorum. Ve sonra bu, neyi alabileceklerini etkilemeye yardımcı olabilir. Oysa daha önce belki bunu görmeyebilirlerdi. **Quon:** *The New York Times Magazine*'i de düşünürsek; her sayıyı, derginin elinize

Edel Rodriguez izniyle



ulaşmasından bir buçuk hafta önce kapatırlar. Ama bir süredir haber döngüsünün hızına ayak uydurabilmek için kapaklarını ve kapak hikâyelerini erkenden yayınlıyorlar.

Örneğin 11 Eylül'ü takip eden cuma günü bir sayıyı kapattığımı hatırlıyorum, baş editör olan Adam Moss bir anda, kapağı ve tüm içeriği tam bir hafta ve bir gün erken yayınlamaya karar verdi. Bu çok büyük bir karardı ve bunu yapmak için dağları yerinden oynatması gerekti, ancak "Bu içerik bekleyemez" cinstendi.

O zamanlar hatırlıyorum, her şeyin çevrim içi olabilmesi için biraz farklı çalışmamız gerekiyordu, ama şimdi bu çok kolay oluyor.

Çağdaş haber döngüsü içinde, pandemiler, kitlesel katliamlar, beceriksiz politikacılar ve bunun ötesindeki her şeyle kapak oluşturmak duygusal olarak zorlayıcı oluyor mu?

Alberty: Tabii.

Rodriguez: Oluyor.

Quon: Seçim ve kürtaj ile, kesinlikle evet diyebilirim.

Rodriguez: Okul katliamları, üzerinde bir şeyler yapmakta en zorlandığım şey. Bu çok iğrenç ve duygusal olarak içine giremiyorum bile. Tıpkı uyumuş gibi oluyor insan. İki çocuğum var ve onlarla nasıl konuşacağımı bile bilmiyorum. Trump ya da bu sağcı Cumhuriyetçi politikacılar, onlara bir çalışmayla yanıt vermek kolaydır, çünkü

çok kızgınsınızdır ve gerçekten konunun içine girebilirsiniz. Ama iş sadece üzücü bir şey olduğunda, gerçekten yorum yapabileceğiniz gibi hissetmiyorsunuz... **Quon:** Ama üzücü trajediler, bunların hepsi biz gazeteciler için çok fırsatçı anlar, değil mi? İşte o zaman insanlarda yankı uyandıracak bir kapak yapma şansınız oluyor. Ayrıca bunlar, her türden sanatçıyı, illüstratörü ve fotoğrafçıyı çalıştırmak isteyebileceğiniz anlar aynı zamanda. Her şeyi bırakmak ve angaje olmak istemek istersiniz. Duygusal olarak yıpratıcı olsa da, adrenalin

öyledir yüksektir ki, onlarla konuşulmasını istediklerinde insanlarla konuşma fırsatınız vardır.

Kapaklarınız protestolarda ve benzer ortamlarda kullanıldığında, bir şekilde bu sanat yaratma arzusunun da güçlendirici gücünü hayal edebiliyorum: insanlara yardım edebilme açısından etkin olmak veya en azından geçerli bir şeyler yapma fırsatına sahip olmak ya da diğerleri için fırsat yaratmanın yolunu açmak gibi geliyor mu?

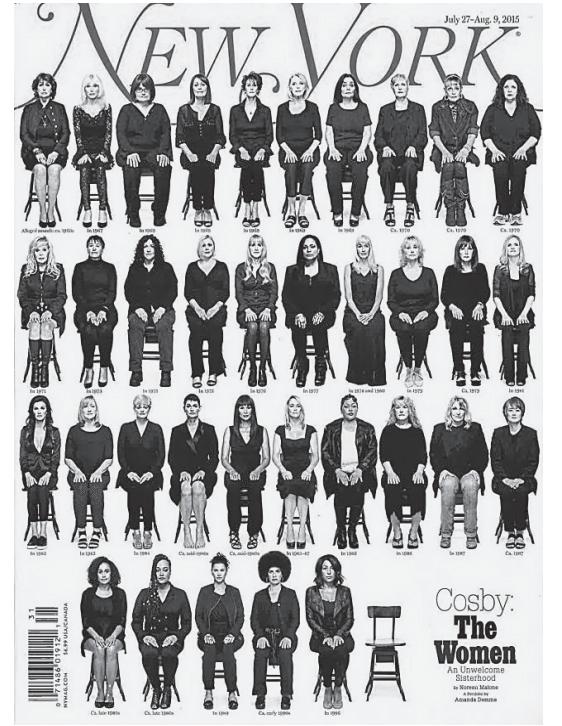
Rodriguez: Öyle. Ben sadece hissediyorum, bilmiyorum. *WeTransfer* için silah kontrolü konusunda bir iş yaptım, konuyla ilgili kaç farklı şey yaptım bilmiyorum, ama bir noktada, "Vay canına, bu konuda bir şeyler yapmak aslında insanı çıldırtmıyormuş. Hem de hiç." "Küçük çocukları vurmayın" demek için başka hangi görüntüleri yapabilirim bilmiyorum.

Deneyime veya gözleme dayalı olarak bir kapağı en akılda kalıcı veya etkili yapan nedir?

Rodriguez: Bence benim için, bu muhtemelen yaramazlık yapmak gibi bir şeydir – bunun uygunsuz bir şey olduğunu, insanların biraz güceneceklerini bilirsiniz. Örneğin anneniz Facebook'ta sizi arkadaşlıktan çıkarabilir – ki annem beni bir kez çıkartmıştı da (kahkahalar).

Quon: Şok önemlidir.

Rodriguez: Şok, ama şok olsun diye değil, bir tür yaramazlık gibi – insanların bunu düşündüğünü veya söylemek istediğini biliyorsunuz, ama uygunsuz olduğu için söylemiyorlar. Bu tür bir uygunsuzluk. Diğeri de halk tarafından zaten tanınan bir şeyi alıp üzerinde bir bükülme yapıyorsunuz ya da değiştiriyorsunuz. Oklarla vurulmuş Muhammed Ali görüntüsü sanat tarihinden geliyor. Campbell çorbası herkesin tanıdığı bir şeydi. Bu tanınmayı alıp sadece biraz çarpıtmak, bazen başarılı bir kapak için başka bir anattır. **Biemans:** Tasarımcılar tarafından seçilen, şimdiye kadar yapılmış

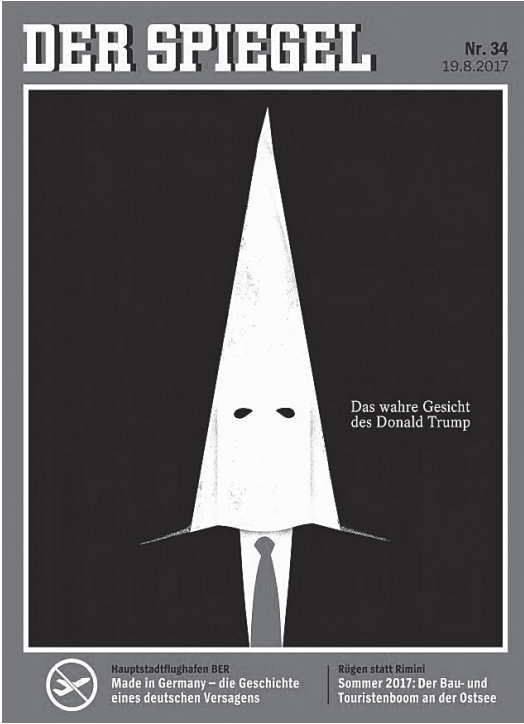


New York Dergisi izniyle.

en iyi 100 kapak listesi üzerinde çalışıyorum. Ve en çok oy alanlar, bir skandalı, savaşı ya da Trump gibi bir başkan konu alanlardır. *New York Magazine*'in Bill Cosby kapağı gibi. Aklıma gelen ilk beşte sanırım. Edel'in Trump'la yaptığı çalışma da ilk 10'da yer alıyor. Şunu ifade ediyorum: İyi bir kapak, öpmek istediğiniz ya da suratınıza yumruk atan bir kapaktır. Ama aynı zamanda bunun arkasında sosyal bir şeyler, bir skandal olmalı. **Rodriguez:** Ayrıca, tüm takımın buna dahil olması gerekiyor. "Bu çok fazla, bunu yapamam" diye düşündüğüm zamanlar olmuştur. *Der Spiegel*'de ya da *TIME*'daki editörümle konuştuğumda, "Bir görelim" derlerdi. Onlara gösterirdim ve onlar: "Bu harika. Tamam yapalım şunu" derlerdi. Sadece kendi başınıza değil, birlikte çalışınca daha fazla enerji

Edel Rodriguez izniyle.





Edel Rodriguez izniyle.

kazanırsınız. Çünkü günün sonunda, televizyona çıkması ve bu şeyleri savunması gereken onlardır.

Listenizden bahsetmişken Jaap, merak ettiğim bir şey var. Son 5 ila 10 yılın trendlerine bakınca sizce kapak tasarımı nereye gidiyor, bunun işaretlerini görüyor musunuz?

Biemans: Daha fazla sosyal etkileşim öngörüyorum. Ama bunun doğru olup olmadığını bilmiyorum, çünkü 60'larda – Lois kapaklarından bahsetmiştik – onlar da sosyal katılımı ilgililiydi. Ve mesele şu ki, biz burada gazete bayilerindeki dergilerin %5'inden bahsediyoruz. Gerisi aynı: moda veya herkesin elli yıldır yaptığı gibi sıkıcı şeyler. Yani tüm yığının ilginç olan %5'inden bahsediyoruz.

Edel'in *Der Spiegel* için yaptıklarını hatırlıyorum. Böyle kapaklar yapan bir dergi hayal edemezdim. Etmedim. Başkanı elinde Özgürlük Heykelinin başı ile bir dergi kapağında göreceğimi hiç düşünemezdim. Giderek daha aşırıya kayıyorlar.

Quon: Jaap'a bir sorum var. Avrupa ile Amerikan dergileri arasında kapaklara yaklaşımda bir fark olduğunu düşünüyor musunuz? *Der Spiegel*'den bahsediyorsunuz. Böyle bir kapağın Amerika'da yapılacağından emin değilim. Sizce Avrupalılar daha fazla mı risk alıyorlar yoksa daha fazla mı açık ve netler?

Biemans: Galiba, *Der Spiegel* daha fazla risk alıyor. Bunu tüm Avrupa için söyleyebilir misiniz bilmiyorum. *The New Yorker*'da Trump'ı Ku Klux Klan üyesi olarak gösterdiler. Amerika Birleşik Devletleri başkanını Ku Klux Klan'ın bir üyesi olarak betimlenebileceğini kim

düşünebilirdi? On yıl önce, bunu hayal bile edemezsiniz, değil mi? Ama oldu.

Rodriguez: Bence konu izleyiciniz. Örneğin *TIME* dergisi yöneticileri, dergilerinin muhtemelen Oklahoma'da ya da Nebraska'da nerelere gideceğini, kimlerin eline düşeceğini bilemezler, yani şunu düşünmek zorundadırlar: “Orta Batı'ya kadar ulaşacak bu derginin kapağına ne koymalıyız?” Kendilerine böyle sormak durumundadırlar. Böyle şeyler Almanya veya Fransa'da birilerinin hiç umurunda olmaz.

Umurlarında olmak zorunda değildir. Abonelerini kaybetmezler. Aslında bu yüzden *TIME* dergisinin kapaklarının çoğunu yayınlaması benim için şok edicidir.

Trump'tan bahsetmişken, onun başkanlık sistemini değiştirme şekli ile dergi kapaklarının değişme veya uyarlama şekilleri arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını merak ettim.

Quon: Trump'ın seçimi kazandığı haftayı hatırlıyorum ve bir sonraki kapağımızı çıkarıyorduk. Bu kapağı nasıl ele alacağımız konusunda kafamız oldukça karışık.

Tom'un masanın üzerine koyduğu çeşitli eskizlerimizi tartışıyorduk ve editörlerden birinin Trump hakkında biraz bayağı bir yorum yaptığını veya biraz kabaca bir laf söylediğini hatırlıyorum. Adam Moss, “Başkanımız hakkında bu şekilde konuşamayız. İstesek de istemesek de o bizim başkanımız” dedi. Seçim sonuçlarıyla aynı fikirde olmasa da başkana saygılı olmamızı istedi. Ancak bunların hepsi, elbette, Trump başkan olduktan sonra değişti. Ve aynı şekilde bu iğrenç adama nasıl hitap edileceğine dair tartışmalar da kökten değişti.

Rodriguez: On üç yıl *TIME* dergisinde çalıştım, bu yüzden tuttuğumuz tarafı gösterirken diğer taraf hakkında görüşümüzü belirtmemiz gereken tüm bu tür toplantılarda bulundum. Gerçek olan, korkunç bir şeyi, bazen bir davranışı normalleştiriyor olmanızdı. Bir George Bush kapağı yapardık, George Bush'u başkanlık masasında gösterirdik, ama o bu arada Irak'a saldırıyor olurdu, vs.. Kapaklar kapakları izledi. Ama sonunda bunlar, George Bush'u normal bir adam haline getirdi.

Bana kalsaydı, “Hayır, bunu Trump ile yapamazdık.” Üzerinde pazarlık edilemeyecek bazı şeyler vardır ama bu tartışılmazdı. Kürtaj hakları tartışılmaz. Okullarda çocukların öldürülmesi, pazarlık konusu olamaz. Tutacak başka bir taraf yoktur.

Bu yüzden dergiler biraz daha politik ya da daha farklı bir bakış açısına sahip oldular – bu gibi şeylerle yüzleşmek zorundalar. Trump'la yaşananları, “Onların böyle bir bakış açısı var bizim başka bir bakış açımız var, iki tarafı da gösterelim” dendiğinde gördük. Üzgünüm ama, bunun bir şeyler yapmanın korkunç bir yolu olduğunu düşünüyorum. Ve ben çılgın bir solcu değilim – Küba'da doğdum, komünizmi bıraktım, komünist değilim, sosyalist değilim, yani ortanın solundayım. Ama bazı şeyler var ki, kendinizi aynı kefeye koyamazsınız, hakkında tarafsız kalamazsınız.

Gelecekte kapakların nasıl değişeceğini düşünüyorsunuz?

Biemans: Kişisel olarak, dergilerin seslerini yansıtmak istedikleri tüm cesur açıklamalarına bayılıyorum. Buna bayılıyorum. Ve kolay yolu seçmemeye de, umarım böyle şeyleri daha çok görürüz.

Quon: Bazılarımız daha önce ilginç kapaklar yapan çok az sayıda dergi olduğunu söylüyorduk. Bu zamanla ilgili bir şey. Bu yüzden zamanı on yıl geriye çevirin – çok daha fazlasının olduğunu görürüz. Ve yirmi yıl öncesinde, bundan çok daha fazlası vardı. Bu yüzden, umarım şu anda mevcut beş kişi daha da azalmaz ve reklam kısıtlamalarına boyun eğmek ve ünlüleri kapak yapmak zorunda kalmazlar. Ki, hepimizin bildiği gibi, artık harika bir kapak yapmak için bile bir ünlüyü kullanamazsınız. Artık birilerini ilginç bir şekilde fotoğraflayamazsınız, çünkü etrafta hepsi bu ünlülere göbekten bağlı, sadece olayları son raddeye kadar kontrol etmeye çalışan ama harika bir görüntünün ne olduğu hakkında hiçbir fikri olmayan reklamcılar, halkla ilişkiler uzmanları dolanıyor ve size hiç esneklik tanımıyorlar.

Biemans: Arkadaşlar bunlar size de oluyor mu? İnanılmaz.

Quon: Oluyor. Korkunç bir şey. O yüzden neyse ki çok fazla yapmıyoruz.

Alberty: Sanırım Amerika'nın çöküşüne tanık oluyoruz ve hak ve özgürlükler tehlikede. Bu yüzden, umarım bunu ülkenin gidişatına rağmen, eleştiri istemeyen, eleştirel düşünmeyi istemeyen tüm bu lanet olası deliller ve sağcı magandalara rağmen yaptıklarımızı hâlâ yapmaya devam edebiliriz.

Birçok yönden, içinde bulunduğumuz zaman göz önüne alındığında, hepinizin üzerinde çalıştığı bu kapakların çoğu tarihi belgeler olacak. Bunun ne kadar farkındasınız? Tabii şayet farkına varabiliyorsanız.

Rodriguez: Ben farkındayım.

Quon: Tabii.

Rodriguez: Aslında onları bu yüzden yapıyorum (gülüşmeler.) Eğer kötülükler oluyorsa birinin bunları belgelemesi gerektiğini biliyorum, bu yüzden de yapmak istediğim bu zaten.

Peki bu, yaratma sürecini daha da zorlaştırıyor mu?

Rodriguez: Hayır, tıpkı zamanı işaretlemeniz ve sadece günlük bir kayıt olsa bile, bu şeylerin kaydını tutmanız gerektiği fikri gibi bir şey. İnsanlar epostalar gönderiyorlar: “Aman Tanrım, bunu yaptığınız için teşekkürler. Bir şeyleri hayal ettiğimi sanıyordum. Tek benim böyle düşündüğümü sanıyordum ve sonra kapağınızı gördüm.” Sen sadece gerçeği gösterirsin. Kapaklar gerçektir. Sen onu oraya koyuyorsun ve insanlar bununla yüzleşmek zorunda kalıyorlar.

Biemans: Bir tür görevdesiniz.

Rodriguez: Doğru! Ben süs olarak bir kapak yapmak istemiyorum. Dekoratif kapaklara bakmam bile. Bu benim işim değil. Benim ilgimi çekecek bir şey istiyorum. Ve benim yapmak istediğim şey bu. ●

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Zeynep Tonguç

Tasarım

Bülent Erkmən

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafik Tasarımcılar

Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr