

2005 Yılından Günümüze Türkiye’deki e-dergi Kapak Tasarımlarının İncelenmesi ve “Grafik Tasarım Dergisi” için e-dergi Kapak Tasarım Önerisi

Yazarlar

Didem Topal^{1*}

Mensubiyet

¹Grafik Tasarım Yüksek Lisans Programı, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeditepe Üniversitesi, İstanbul, 34755, Türkiye

*Yazışma yapılacak kişi: didem.topal@yeditepe.edu.tr

Preprint

Özet

Bu tez çalışmasında amaçlanan; basılı ve elektronik mecraların birlikte var olduğu günümüzde dergilerin basılı ve elektronik basımlarının arasında görsel kimlik devamlılığını her iki mecrada tutarlı bir biçimde sağlayıp /sağlayamadığı ya da ne ölçüde sağladığını araştırmaktır. Çalışmada basılı ve elektronik yayınların gelişim süreçleri, elektronik yayın türleri ve formatları literatür taraması yapılarak araştırılmıştır. Basılı ve elektronik dergi tasarımında görsel kimliği oluşturan unsurlar incelenmiş, seçilen beş dergi (National Geographic Türkiye, Skylife, Harvard Business Review Türkiye, Log, Wired Magazine) logo, biçim ve kapak, sayfa yapısı, tipografik kararlar ve renk kullanımı açısından analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda elde edilen verilerin ışığında Grafik Tasarım Dergisi için yeni bir tasarım önerisi sunulmuştur. Grafik Tasarım Dergisi için öncelikle akıllı telefonlar için bir tasarım dili oluşturulmuş ve görsel kimliği tutarlı olarak devam ettirecek bir biçimde basılı edisyona aktarılmıştır.

Anahtar kelimeler: Grafik tasarım; editöryal tasarım; dergi tasarımı; görsel kimlik; elektronik dergi, elektronik yayıncılık.

GİRİŞ

Bilimsel alanda iletişimde önemli bir yere sahip olan dergiler, farklı bilim dallarına ait güncel içeriklere sahip olmaları bakımından önemli bir yere sahiptir. Dergiler, yılda iki defa ya da aylık olarak yayınlanan, süreli olarak okuyucuya ulaşan ve diğer kaynaklara nazaran daha avantajlı bir okuma kapasitesine sahip olmaları nedeniyle yayın dünyasında önemli bir yerde bulunmaktadır.

Dijitalleşme sürecinin başlaması ve tüm dünya ülkelerinde yankı bulması ile birlikte, gelişen internet kullanımının kaçınılmaz bir sonucu olarak e-dergicilik sektörü ortaya çıkmıştır. Basılı olarak erişim sağlanamayan bu dergi türü, basılı dergiler ile kıyaslandığında hem maliyet hem de diğer özellikleri bakımından çok daha avantajlı bir konuma sahip olduğundan, gün geçtikçe çok daha fazla kullanılır hale gelmiştir.

Bilimsel anlamda sağlanan iletişimin 20. yüzyıldan itibaren önemli bir değişikliğe uğradığı görülmektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan teknolojik gelişme ve yenilikler ile “bilgi patlaması” yaşanmış ve üretilen bu bilginin düzenlenmesine yönelik yeniliklerin yapılması gerekli hale gelmiştir. Yeni disiplinlerle paralel olarak yayın sayısında artış görülmüş, yayın fiyatlarında artış meydana gelmiş ve bu değişim sonucunda bilginin dijitalleştirilmesi bir bakıma kaçınılmaz hale gelmiştir. Böylelikle elektronik yayıncılık terimi ortaya çıkmıştır ki bu terim hem elektronik ortamdaki belge ve bilgiye erişimi, hem de mevcut bilgi ve belgelerin elektronik ortama aktarılmasını karşılamaktadır.

Elektronik dergiler, bilimsel iletişimin önemli bir kolunu oluşturmaktadır. Elektronik dergiler, “çevrimiçi”, e- dergi”, “on line süreli yayın” gibi isimlerle de anılmaktadır. Basılı dergilerin hemen hemen her özelliğini taşıyan e-dergiler günümüzde de kaçınılmaz bir yere sahiptir.

Tez çalışmasında, basılı geleneksel dergilerin dijitalleşme süreci ile birlikte şekil değiştirerek elektronik dergiye dönüşmesi üzerinde durulmakta, ayrıca 2005 yılından itibaren yayınlanan elektronik dergi kapaklarının incelenmesi sonucunda da yeni bir “grafik tasarım dergisi” üzerinden kapak tasarımı sunulmaktadır

BULGULAR

Tez çalışması ile amaçlanan, dijitalleşme sürecinin dergicilik sektörü üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi, 2005 yılından bu yana ortaya konan elektronik dergi kapak tasarımlarının incelenerek benzerlik ve farklılıklarının gözler önüne serilmesi, grafik tasarım dergisi için yeni bir kapak tasarımı önerisi sunulmasıdır.

TARTIŞMA

E-gazetecilik, haberlerin sunulma ve tüketilme biçimlerinde devrim yarattı. Dijital medyanın yükselişiyle gazetecilik daha erişilebilir ve etkileşimli hale geldi. Grafik tasarım, bilgilerin görsel olarak çekici ve ilgi çekici bir şekilde iletilmesine yardımcı olduğu için e-gazetecilikte çok önemli bir rol oynar. E-gazeteciliğin en önemli avantajlarından biri, resimler, videolar ve infografikler gibi multimedya öğelerini birleştirme yeteneğidir. Bu, okuyucu için daha sürükleyici ve etkileşimli bir deneyim sağlar. Grafik tasarım, karmaşık bilgilerin açık ve özlü bir şekilde iletilmesine yardımcı olduğundan, bu unsurların oluşturulmasında esastır. Özellikle Infographics, e-gazetecilikte popüler bir araç haline geldi. Geleneksel bir metin formatında sunulduğunda anlaşılması zor olabilen veri ve istatistiklerin görsel bir temsilidir. Bilgi grafikleri, bilgileri daha ilgi çekici ve daha kolay anlaşılır hale getirmek için renk, tipografi ve görüntü gibi tasarım öğelerini kullanır. E-gazeteciliğin bir diğer önemli yönü de sosyal medya kullanımınıdır. Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformları, gazeteciler için haberleri yaymak ve izleyicileriyle etkileşim kurmak için önemli araçlar haline geldi. Grafik tasarım, sosyal medya için görsel olarak çekici ve paylaşılabilir içerik oluşturmada çok önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, e-gazetecilik ve grafik tasarımla ilgili zorluklar da var. Ana zorluklardan biri, hız ve doğruluğu dengeleme ihtiyacıdır. 24 saatlik haber döngüsüyle, gazeteciler haberleri hızlı bir şekilde bildirme baskısı altındadır, bu da hatalara ve yanlışlıklara yol açabilir. Grafik tasarımcıların da alakalı ve zamanında görsel içerik oluşturmak için hızlı çalışmaları gerekir. Diğer bir zorluk, ticari baskılar karşısında gazetecilik bütünlüğünü koruma ihtiyacıdır. E-gazetecilik, faaliyetlerini desteklemek için çıkar çatışmalarına yol açabilen reklam gelirlerine güvenir. Grafik tasarımcıların bu baskıların farkında olmaları ve tasarımlarının gazeteciliğin bütünlüğünden taviz vermemesini sağlamaları gerekiyor.

Sonuç olarak, e-gazetecilik haberlerin sunulma ve tüketilme biçimlerini değiştirmiştir ve grafik tasarım bu süreçte çok önemli bir rol oynamaktadır. Grafik tasarımcılar, görsel olarak çekici ve ilgi çekici içerik oluşturarak, karmaşık bilgilerin açık ve öz bir şekilde iletilmesine yardımcı olur. Bununla birlikte, gazeteciliğin bütünlüğünü sağlamak için ele alınması gereken e-gazetecilik ve grafik tasarımla ilgili zorluklar da vardır.

SONUÇ

İnsanoğlu günümüzde günden güne daha çok mobil teknoloji kullanmakta ve mobil teknoloji için geliştirilen ürünlere maruz kalmaktadırlar. Mobil cihaz kullanımında tablet satışları ilk yıllardaki yüksek satış rakamlarının ardından yavaş yavaş azalırken, akıllı telefon satışları ilk günden itibaren istikrarlı bir şekilde yükselmektedir. İncelenen dergiler yıllardır basılı olarak yayımlandığı için, Harvard Business Review dışındakilerin basılı dergi tasarımlarını elektronik mecralara adapte etmeye çalıştıkları gözlenmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan dergiler incelendiğinde, her derginin elektronik mecrada farklı formatları tercih ettiği ve alanda uzlaşmış standart bir format oluşmadığı görülmüştür. Her dergi kendine göre bir yayınlama önceliği belirlemiştir. Tercih ettikleri bu yol doğrultusunda, yayınının görüntülenme ortamlarına karar vermişlerdir. Bazı dergiler, yayın görüntüleme mecrası olarak önceliğini tablet bilgisayarlara, bazı dergiler hem tablet hem akıllı telefonlara, bazı dergiler ise HTML mantığındaki yayınlarıyla bilgisayar, tablet ve akıllı telefonlara, bir başka deyişle tüm görüntüleme mecralarına vermişlerdir. Yalnız tek mecrayı hedefleyen dergilerin görsel kimlik devamlılığını daha iyi sağladığı, Harvard Business Review Türkiye gibi bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi tüm yayın görüntüleme mecralarını tercih eden dergilerin ise teknik olarak bu mecralarda sorunsuz görüntülediği ancak basılı edisyonu ile görsel kimlik devamlılığını yeterince sağlayamadığı gözlemlenmiştir.

Görsel kimlik devamlılığı açısından bakıldığında Skylife dergisinin; logo, kapak ve biçim kullanımı, sayfa yapısı ve tipografik kararları her iki edisyona büyük oranda taşıyabildiği ancak renk kullanımını daha az oranda taşıyabildiği gözlenmiştir.

Harvard Business Review Türkiye dergisinin elektronik edisyonu ise HTML mantığındaki yapısından dolayı, logo, kapak ve biçim kullanımı, sayfa yapısı ve renk kullanımı açısından basılı edisyonu ile tamamen farklılık gösterdiği ve görsel kimlik devamlılığını

sağlayamadığı görülmektedir. Tipografik kararlar açısından, hem basılı hem de elektronik dergide aynı yazı karakterleri kullanılmış, dolayısı ile görsel kimlik devamlılığı tipografik açıdan sağlanabilmiştir.

National Geographic Türkiye dergisi; logo, kapak ve biçim kullanımı, tipografik kararları ve renk kullanımı açısından her iki edisyonda da büyük oranda tutarlılık sağladığı, ancak sayfa yapısı açısından görsel kinliği daha az oranda devam ettirebildiği gözlenmiştir.

Log dergisi basılı edisyonu; etkileşimli bir PDF formatında tasarlandığı için görsel kimlik devamlılığını tam olarak sağlamaktadır. Ancak bu durum derginin etkileşimli özelliklerinin yeterince kullanılmaması ve metin boyutunun küçük ekranlarda zor okunması nedeniyle elektronik dergi özelliklerini yeterli düzeyde taşımadığı gözlenmiştir.

Wired Magazine ise elektronik edisyonunda ilk hedef olarak tablet bilgisayarları seçmiştir. Bu nedenle görsel kimlik öğelerini tablet edisyonuna daha iyi taşıırken akıllı telefon uygulamasına o oranda taşıyamadığı görülmüştür. Wired Magazine, logo, kapak ve biçim kullanımı ve tipografik kararlar açısından görsel kimlik devamlılığını tam olarak sağladığı, sayfa yapısının ise basılı edisyonda oldukça esnek ve sayfadan sayfaya farklılıklar gösterecek biçimde tasarlandığı için elektronik ortama tam olarak aktarılamadığı görülmüştür.

Çalışmanın uygulama bölümünde yer alan Grafik Tasarım Dergisi, elektronik ve basılı edisyon olarak iki versiyonda yeniden tasarlanmıştır. Derginin basılı edisyonunun yanında elektronik ortamlarda görüntülenebilen ancak elektronik ortamlara ait hiçbir etkileşime sahip olmayan bir PDF hali yayınlanmaktadır.

Yapılan tasarım önerisinde, incelenmiş olan dergilerin aksine birinci mecra olarak akıllı telefonlar seçilmiştir. Tasarım önce akıllı telefon ekranlarında görüntülenecek şekilde yapılmış, ardından elde edilen tasarım dili basılı edisyona aktarılmıştır. Akıllı telefonlar için oluşturulan uygulama tablet bilgisayarlarda da görüntülenebilmektedir, ancak telefonların aksine tablet satışlarının son yıllarda düşmesi ve akıllı telefonların kullanım amacı gereği her zaman taşınması sebebiyle derginin bu mecra için tasarlanması daha doğru bulunmuştur. Grafik Tasarım Dergisinin basılı ve elektronik edisyonu tasarlanırken logo, kapak ve biçim kullanımı, sayfa yapısı, renk kullanımı ve tipografik kararlar dikkate alınmış ve aynı görsel kimliğin devamı sağlanmıştır. Yalnız gövde metni basılı edisyonda iki sütun, elektronik edisyonda ise tek sütun olarak kullanılmıştır. Bunun nedeni iki mecra

arasındaki boyut farkı ve metinde kullanılan yazı karakterlerinin okunaklılığının sağlanmaya çalışılmasıdır.

Böylelikle, akıllı cihazlar için tasarlanan Grafik Tasarım Dergisinin elektronik edisyonu sayesinde ileride hem matbaa maliyetlerini düşürmek hem de elektronik dergilerin imkan verdiği birçok etkileşimli özelliği kullanabilmek için basılı edisyonundan vazgeçilmesi düşünülebilir.

Preprint

KAYNAKÇA VE NOTLAR

Aslan, E. (2001).Torrance Yaratıcı Düşünce Testi'nin Türkçe Versiyonu. M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 14: 19-40.

Asutay, H. (2009). Elektronik Yazın "Yeni Teknolojilerle Birlikte Yazın Dünyasında Ortaya Çıkan Yeni Yazınsal Tür ve Biçimler". Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(2), 63-70.

Aydın Ceran, S. (2010). Yaratıcı Düşünme Teknikleri İle Geliştirilen Fen Etkinliklerinin Öğrenci Başarısı ve Tutumuna Etkisi. Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Basadur, M, Taggar, S. ve Pringle,P. (1999). Improving the measurement Divergent Thinking Attitudes in Organizations. Journal of Creative Behavior. 33 (2) Second Quarter, 75-112.

Dalbudak, Z. (2006). Anaokulu Öğretmenlerinin Drama Etkinliklerini Kullanmaları Üzerine Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara

Dumanlı D. (2019), Kürkçü Elektronik Dergicilik Bağlamında Elektronik Mizah Dergileri Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 7(1), 293-320.

Gözüaçık, Y. Ç.(2006). Otomobil Sektöründe Basın Gıanlarının Stratejik Kullanımı ve Sektörel Dergi Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kapu, H. Baştürk, F. (2009). Yaratıcılık Tekniklerinin İşletme Eğitimindeki Yeri Ve Önemi. Sü İibf Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 523-540.

Kara, Y. Çam, F. (2007). Yaratıcı Drama Yönteminin Bazı Sosyal Becerilerin Kazandırılmasına Etkisi. H. Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi, 32: 145-155.

Karadeniz, Ş. (2006). Öğretim Amaçlı Hiper Metin, Hiper Ortam ve Çoklu Ortamlar İçin Tasarım İpuçları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 3(2), 12-16.

Karaduman, Bahriye. (2007) Bir Derginin Görsel Kimlik Tasarımında Biçim ve İçerik İlişkisi Açısından Tipografinin Önemi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Karamustafa, S. (2001). Grafik Tasarım Tarihi: Nasıl Okunmalı?. (Editör Mine Haydaroğlu). 101 Dergi/Dünden Bugüne Türkiye'nin Dergileri. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, 14-21.

Karpuz, M. H. (2011). İlaç Sektöründe Dergiciliğin Yeri ve Önemi. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kazan Hüseyin (2016). Avantajları ve Dezavantajları İle Dijital Dergicilik, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC January 2017 Volume 7 Issue 1, 17-24.

Kazan, H. (2017). Avantajları ve Dazevantajları ile Dijital Dergicilik. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 7(1).

Kazan, H. (2019). Dijital Dergilerde Reklamların Hipermetinselliği: Bast Home Üzerine Bir İnceleme. Mavi Atlas, 7(1): 68-89.

Kılıçkaya, Eren Evin. (2007) Grafik Tasarımda Görünmeyen Çoğunluk, Beyaz Boşluklar, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Kılınç, A. (2007). Bir Öğretim Stratejisi Olarak Kavram Haritalarının Kullanımı. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, 4(2): 21-48.

Koray, Ö. (2005). Altı Düşünme Şapkası ve Nitelik Sıralama Tekniklerinin Fen Derslerinde Uygulanmasına Yönelik Öğrenci Görüşleri. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 43: 379-400

Koray, Ö.(2004). Yaratıcı Düşünme Tekniklerinden Altı düşünme Şapkası ve Nitelik sıralama Tekniklerinin Fen Derslerinde Uygulanmasına Yönelik Öğrenci Görüşleri XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı. Malatya: İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi. 6-9 Temmuz 2004: 1-15.

Küçükali, R. Akbaş. . (2017). Bilimsel Bilginin Elde Edilmesinde Yaratıcı Zekâ Ve Hayal Gücünün Etkisi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(3): 779-792.

Kurtuluş, N. (2012). Yaratıcı Düşünmeye Dayalı Öğretim Uygulamalarının Bilimsel Yaratıcılık Bilimsel Süreç Becerileri Ve Akademik Başarıya Etkisi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.

Melikoğlu Eke, S. (2019). Düşünmenin Ve Tasarılmanın Yaratıcı Araçları. Tojdac, 9(3): 358-366.

Orhan, S.(2010). Altı Şapkalı Düşünme Tekniğinin İlköğretim Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Konuşma Becerilerini Geliştirmeye Etkisi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Şahin, Ç. (2005). Aktif Öğretim Yöntemlerinden Beyin Fırtınası Yöntemi Ve Uygulaması. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (1): 441-450.
Şimşek, H. XIX. Yüzyıl Çocuk Dergiciliği ve Eğitsel İşlevleri Üzerine, Milli Eğitim Dergisi, 2018, 151, 1-9.

Suiçmez, Mehmet (2009). Dergi Haberciliği ve Nokta Dergisi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler, Konya.

Tuncay, A. M. (1998) Dergi Tasarımı, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Walsh, Frank (1986). PublicRelations Writer in a Computer Age. New Jersey: PrenticeHall, EnglewoodCliffs.

Yeşilyurt, E. (2020). Yaratıcılık ve Yaratıcı Düşünme: Tüm Boyut ve Paydaşlarıyla Kapsayıcı Bir Derleme Çalışması. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 10(15): 3874- 3915.

Yıldız, Z. (2012).Ortaöğretim Din Kültürü Ve Ahlak Bilgisi Dersinde Örnek Olay İncelemesi Yöntem. İlahiyat Fakültesi Dergisi 17(1): 191-208.

Ambrose, G. ve Harris, P. (2014). Grafik Tasarımda Izgaralar (Cilt 1. Basım). İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Ambrose, G., Harris P. (2013). Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni. 1.Baskı. İstanbul: Literatür Yayınları.

Atalayer, F. (1994). Temel Sanat Öğeler (Cilt 5). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları.

Bayar, K. (2013). Adobeİndesignİle Dijital ve Basılı Yayıncılık. 1.Baskı. İstanbul: Kodlab Yayın Dağıtım.

Becer, E. (2009). İletişim ve Grafik Tasarım. 7.Baskı. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Chandler, D. ve Munday, R. (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü (1. Baskı). (Çeviren: Babacan Taşdemir). İstanbul: İletişim Yayınları.

Cotton, B. ve Oliver, R. (1997). Siberuzay Sözlüğü: Resimli Terimler Sözlüğü: Multimediyadan Şanal Gerçekliğe. (Çeviren: Özden Arıkan ve Ömer Çendeoğlu) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Er Bıyıklı, N. Gülen, L. (2018). Hayal Gücü Ve Yaratıcılık Kavramlarının Tasarım Sürecine Etkisi. İdil, 7(50): 1273-1277.

İstek, R. (2005). Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni. 2.Baskı. İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Jean, Georges (2004). Yazı İnsanlığın Belleği. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Keş, Y. (2009). Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarımı. İstanbul: Hiperlink Yayınları.

Ketenci, H. F., BİLGİLİ, Can. (2006) Yongaların 1000 Yıllık Gizemli Dansı Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı. Beta Yayınları, Ankara

Oktay, Mahmut (1996). Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları. İstanbul: Der Yayınları.

Önal, H. İ. (1997). Multimedya Örneğinde Etkileşimli Bilgi Kaynaklarını Değerlendirme. Türk Kütüphaneciliği, 11(2), 158-170.

Orhan, S., Kırbaş, A., Topal, Y. (2012). Görsellerle Desteklenmiş Altı Şapka Düşünme Tekniğinin Öğrencilerin Konuşma Becerilerini Geliştirmesine Etkisi. Turkish Studies, 7(3): 1893-1909.

Öztuna, H. Y. (2008). Görsel İletişimde Temel Tasarım. İstanbul: Tibyan Yayıncılık.

Sağır, A. Memiş Sağır, P. (2019). Bilginin Dijitalleşmesi Bağlamında Akademik Üretim Mekanizmalarının Dönüşümü: Matbaadan Dijital Ortama Dergi Yayıncılığı. Journal of Economy Culture and Society, 59: 121-141.

Sarıkavak, N. K. (1997). Tipografinin Temelleri. İstanbul: Doruk Yayınları.

Tiryakioğlu, F. (2012). Sayfa Tasarımı ve Gazeteler (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Uçar, T.F. (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. 4.Baskı. İstanbul: İnkılap.

Harter, S. P. ve Kim, H. J. (1996). Electronic journals and scholarly communication: a citation and reference study. Information Research, 2(1).
<http://www.informationr.net/ir/2-1/paper9a.html>

Tablolar ve Şekiller.

Şekiller



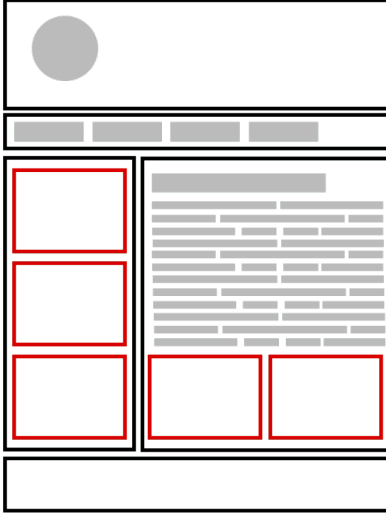
Şekil 1. Time Dergisi Örnek Kapak Görseli (Sürelî Yayın Örneği)

Sürelî yayın yapan dergilerden biri olan Time dergisinin adı aynı zamanda derginin logosu olarak da karşımıza çıkmaktadır. Derginin kapak tasarımı ünlü bireylerin ağırlıklı olarak portreleriyle sunulmakta olup Time dergisi değişmeyen bu yönüyle bilinmektedir.



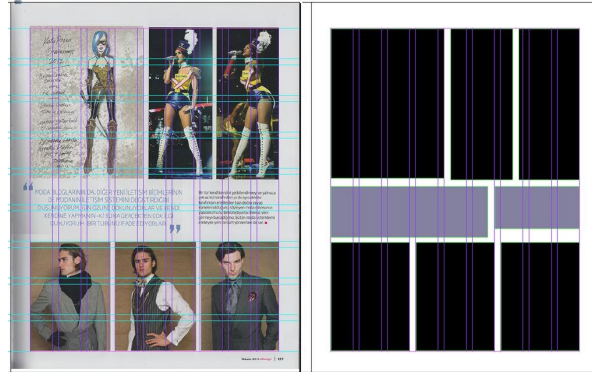
Şekil 2. Elele Dergisi Örnek Kapak Görseli (Sürelî Yayın Örneği)

Sürelî yayın yapan dergilerden biri olan Elele dergisinin adı aynı zamanda derginin logosu olarak da karşımıza çıkmaktadır. İlk zamanlarda serifli (E ve l harfi) ve serifsiz (e harfi) yazı karakterlerinin bir arada kullanılmasıyla ortaya çıkan bir font ile yazılmaktadır. Derginin adı kurulduğu dönemlerde kendini okuyucuya tanıtmak için büyük boyutlarda ve imgenin üzerinde yazılmaktadır. 80'li yıllarda aile dergisi formatını dilsel iletiler ile sürdüren dergi kadını ve kadın olmanın ayrıcalıklarını da yavaş yavaş ön plana çıkarmak istediğinden ötürü kapakta yer alan imgeler daha büyük ölçekler ile dergi yüzeyine yerleştirilmiştir.



Şekil 3. CSS Grid

Tevfik Fikret Uçar, Görsel İletişim ve Grafik Tasarım adlı kitabında Amerikalı ünlü grafik tasarımcı Paul Rand'in grid ile ilgili şu sözlerini aktarmıştır; “iyi bir grid üzerinde kötü ve statik tasarımlar oluşturulabileceği gibi, basit bir grid üzerinden de dinamik ve ilginç tasarımlar yapılabilir” (Uçar, 2004:153). Burada vurgulanmak istenen durum ise doğru oluşturulan bir grid yapısı ve bu yapının içinde tasarım unsurlarının iyi bir biçimde uygulanmasıdır. Ülkemizde Nisan 2015 itibariyle yayın hayatına başlayan spor dergisi Socrates, görsel kimlik ve editöryal kimlik olarak başarılı örnekler arasındadır. Grid sisteminin de uygulandığı bu dergide, iç sayfalarında grid sistemine bağlı olarak üç sütun kullanılmış ve yazı, fotoğraf ve illüstrasyonlar bu grid sistemi çatısında yerleştirilerek bir tasarım devamlılığı oluşturulmuştur.



Şekil 4. Dergi Grid Örneği

Geçmiş yıllarda web siteleri belirli bir grid sistemi temelinde tasarlanmaktaydı. Özellikle mobil cihazların hayatımıza girmesinden sonra web sitelerinin tamamen gridal sistem temelinde tasarlanması zorunluluk haline gelmiştir çünkü web siteleri hem büyük ekranda hem de küçük ekranlarda görüntülenmek durumunda kalmıştır. Büyük ekranlarda yan yana gördüğümüz sütunlar, mobil cihazların küçük ekranlarında görüntülediğinde alt alta sıralanan bir yapıya dönüşmüştür. Bu duruma bağlı olarak likit tasarım ya da esnek tasarım denilen bir tasarım mantığı oluşmuştur. Bunu oluşturmanın yolu da grid sistemleridir ve bu sistemlerin web sitesi tasarımlarında da kullanma gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu durum dergi tasarımında da söz konusudur, basılı dergi tasarımında kullanılan grid ve sütun mantığı, elektronik dergi tasarımına da okurun ekran boyutları imkan verdiği sürece aktarılabilir ve görsel kimlik devamlılığı sağlanabilir. Sonuç olarak basılı mecralar için 1950’li yıllarda ortaya çıkan grid sistemleri, bugün elektronik mecraların da olmazsa olmaz bir parçası haline gelmiştir.

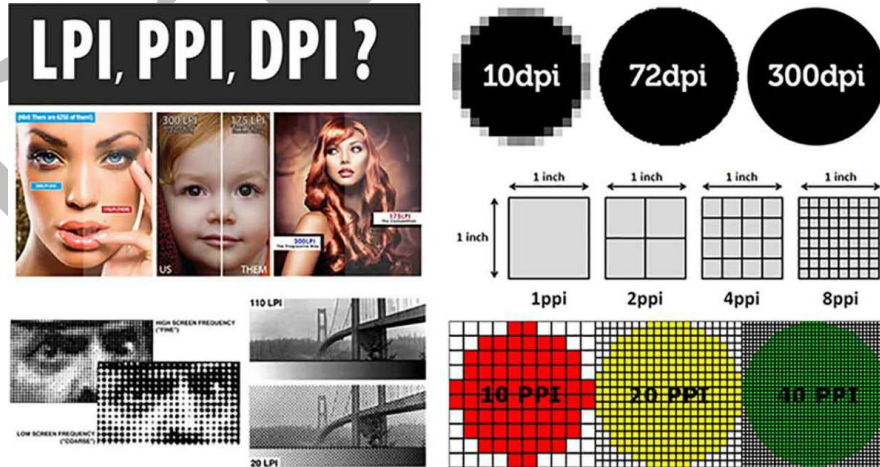


Şekil 5. Metin Blokama Biçimleri



Şekil 6. Episode Dergisi Kapağı

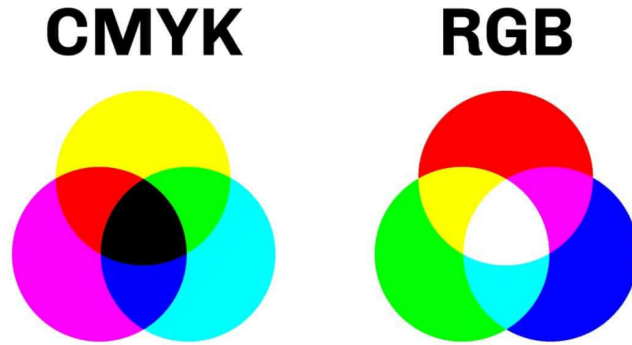
Arredamento Mimarlık gibi birçok dergide logonun yerinin aynı kalması ancak logo ya da zemin renginin değişmesi; bir yandan tasarım devamlılığını bir yandan da dergi sayıları arasında farklılığı ve ayrışmayı sağlamaktadır. Ancak National Geographic ve Time gibi sayıdan sayıya daha az değişkenlik gösteren sabit bir görsel kimliğe sahip bazı dergiler de bulunmaktadır. Bu dergilerde kapakta kullanılan logoyeri ve renginde sabit bir kullanım görülürken, sadece fotoğrafta değişkenlik göstermektedir.



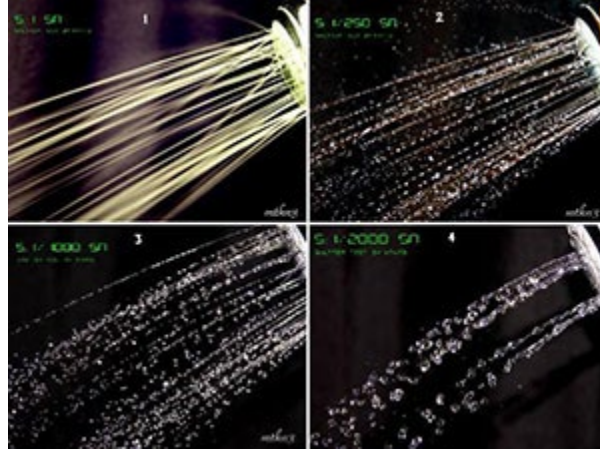
Şekil 7. Görüntü Çözünürlüklerine Ait Ölçü

Basılı dergilerde kullanılan görsellerin görüntü kalitesinin yüksek olması gerekmektedir. Bu yüzden basılı dergilerde görüntü çözünürlük değeri 300 dpi iken, elektronik dergilerde ise görselin çözünürlük değeri 72 ppi olmalıdır. 72 ppi değerinden yüksek kullanılması durumunda görüntünün dosya boyutu artar ve görüntünün yüklenme süresi uzar.

Görüntü Renk Modelleri: Renk kullanımı, uygulanacak mecraya ve yayınlanacak ortama göre değişiklik arz etmektedir. Rengi, pigment temelli renk (çıkarımsal renk) ve ışık temelli renk (toplamsal renk) olarak ikiye ayırabiliriz. CMYK (pigment temelli renkler) , masaüstü yayıncılıkta kullanılan ve ofset baskı teknolojisinin uygulanabileceği tüm tasarımlarda kullanılan renklerdir. Bu yüzden basılı dergilerde kullanılan renk modeli CMYK'dır. RGB olarak adlandırılan ışık temelli renkler ise ekranlar, dijital ortamlar, televizyon ve multimedya teknolojisine hizmet etmektedir. Dolayısıyla elektronik dergilerde kullanılan renk modeli RGB'dir.



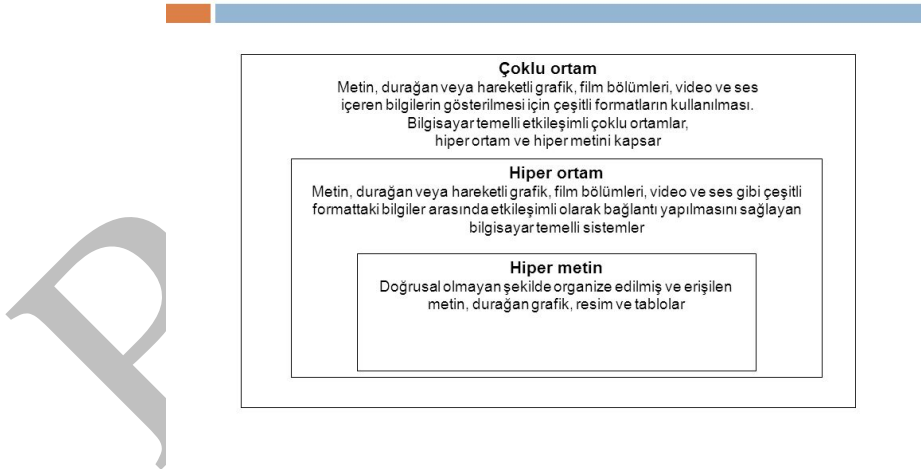
Şekil 8. CMYK ve RGB Renk Modelleri



Şekil 9. Hareketli Görüntü Örneği

Elektronik dergilerde hareketli görüntü kullanım biçimleri; hareketli gif (gif animated)'ler, FLV formatlı videolar, HTML5.0 formatının imkan sağladığı animasyonlar ve artık web ortamında kullanım imkanı azalmış olsalar da flash animasyonlar hareketli görüntü olarak bulunmaktadır. En yaygın kullanılan video dosya formatları ise AVI, MOV, MPEG ve FLV'dir.

Hiper Metin



Şekil 10. Hiper Metin Örneği

İnternetin kullanıcılara sunduğu en önemli özelliği olan ve tüm elektronik ortamlarda olduğu gibi elektronik yayıncılığın e-gazete, e-posta, e-kitap ve e-dergi gibi alanlarında da hiperlink (hiper bağ) kavramı karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 11. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonlarına ait kapak görüntüleri

Logo, Kapak ve Biçim Kullanımı: 2019 Nisan sayısına ait National Geographic Türkiye dergisi her iki edisyonunda da boyut olarak birbirine yakın bir oranla kullanılmış ancak elektronik edisyon mobil ekrana göre genişlik olarak biraz daha dar bir kullanım tercih edilmiştir (Şekil 11). Kapakta kullanılan logo, derginin ay ve yılına ait bilgi, ana dosya konusu, kapak görseli hem konum olarak hem de boyut olarak aynı şekilde tasarlanmıştır. Sadece basılı edisyonda satış için kullanılan barkod, sol alt tarafta kullanılmıştır. Bu yüzden diğer konu başlıkları ve web adresi barkod kullanımından dolayı dosya konu başlığına göre sola dayalı blok sistemiyle hizalanmıştır. Derginin Türkiye elektronik edisyonunda hareketli kapak kullanılmamışken Amerika elektronik edisyonunda Apple News+ uygulamasıyla kapaktaki Sidney Harbor Köprüsü'nün panoramik fotoğrafı ile hareketli bir görsel etki oluşturulmuştur. Derginin logo kullanımı her sayıda kullanılan görsele göre negatif ve pozitif olarak tercih edilmektedir. Nisan 2019 sayısının iki dergi edisyonunda, görsel dikkate alınmış ve logo negatif olarak kullanılarak okunması kolaylaştırılmıştır. Dünya genelinde National Geographic dergisinin yıllardan beri süre gelen belki de en önemli görsel kimlik unsuru olan sarı renk çerçeve kullanımı, her iki

edisyona da aktarılmıştır. Sonuç olarak her iki dergi edisyonunun kapak tasarımlarına bakıldığında basılı ve elektronik arasında görsel kimlik açısından tutarlılığın tam olarak sağlandığı görülmektedir.

Sayfa Yapısı: National Geographic Türkiye dergisi basılı edisyonunun sayfa yapısı dörtlü grid sistemi ile tasarlanmış, bu dörtlü grid sistemi kimi sayfalarda iki ana sütun kimi yerlerde ise bir ana bir yavru sütun şeklinde kullanılmıştır, dörtlü (bir ana ve bir yavru sütun) grid sistemindeki yavru sütun, daha çok görsele ait bilgilendirmeler için kullanılmıştır. Elektronik edisyonunda ise dörtlü grid sisteminin yerine tek sütunlu akışkan bir sayfa tasarımına dönüştürülmüştür. Basılı versiyonda görsele ait bilgilendirmeler için ayrılan yavru sütun, elektronik versiyonda kaldırılmış ve görselin hemen altında yer almıştır (Şekil 12).



Şekil 12. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) basılı edisyonu (üst) ve elektronik edisyonu (alt) sayfa yapısına ait görüntüler

Basılı ve elektronik edisyonda okurun hangi editöryal içerikte olduğunu belirten bilgilendirme yazısı, sayfanın en üstünde ve sola hizalı bir biçimde konumlandırıldığı görülmektedir. İki edisyonda da özel dosya konusunun yer aldığı sayfalar ise bu düzenleme

NOTE: This preprint reports new research that has not been certified by peer review and should not be used as established information without consulting multiple experts in the field.

biçimi dışında tutulmuştur. Foto Flaber, Yarma Doğru ve Keşfet bölüm başlıkları, basılı edisyonda sayfanın üst kısmında siyah/beyaz şeritle konudan ayrılmış ve aynı sayfada konumlandırılarak tasarlanmıştır. Elektronik edisyonda ise bölüm başlıkları ayrı bir seperatör olarak orta merkezli bir düzenleme sistemiyle tasarlanmış, siyah şerit kullanımı ise aynı biçimde aktarılarak bir tasarım devamlılığı sağlanmıştır (Şekil 13).



Şekil 13. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonu sayfa bilgilendirme yapısı

Görsel kullanımı basılı versiyonda bazı sayfalarda tam sayfa şeklinde kullanılmıştır. Elektronik edisyonda ise bazı görseller sayfaya sağ ve soldan tam hizalı olarak

Şekil 14. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonu görsel kullanımı

Renk Kullanımı: Derginin kapağındaki zemin rengi kullanımı, her iki edisyonda da ortada bulunan görsele çerçeve olacak şekilde sarı ile konumlandırılmıştır. Sarı renk, National Geographic dergisinin yıllardır kurumsal rengi olduğu için tüm sayılarında kullanılmıştır. National Geographic Türkiye dergisinin editöryal içeriği; Foto Haber, Yarma Doğru ve Keşfet bölüm başlıkları ile üç bölüme ayrılmıştır. Her iki edisyonda da bölüm başlıkları gri renkle ayrılmış ve dergi içinde bu bölümlerin sayfaları gri zemin rengi üzerinde tasarlanmıştır. Bu sayede editöryal içeriğin ayrışması sağlanmıştır. Basılı edisyonda gri zemin rengi, kimi yerde kapaktaki kullanım gibi sayfaya çerçeve olacak bir biçimde kullanılırken, bazı sayfalarda ise metin alanına zemin oluşturacak bir biçimde aktarılmıştır. Elektronik edisyonda ise bölüm başlıklarının olduğu sayfalar dışında gri zemin rengi bazı sayfalarda bulunurken bazı sayfalarda gri renk kullanımı görülmemektedir. Derginin o aya ait özel dosya konusunda her iki edisyonda da temel görsel kimlik öğesi olan sarı renginin, zemin ya da lokal kullanımı söz konusudur. Sadece elektronik edisyonda olan ve bütün makalelerin sonlarında kimlik öğesi sarı rengin şerit halinde kullanıldığı görülmektedir. Bu sarı şerit kullanımının okur için bir belirteç görevi üstlendiğini söylemek mümkündür, bunun nedeni ise şerit üzerinde yukarıyı gösteren siyah renkli ok yönlendirmesi olmasıdır (Şekil 15). Görsel kullanımların dışında, iki edisyonda da yazıların genellikle siyah renk kullanımı egemenken, dosya konusunun yer aldığı bazı sayfalarda yer alan yazılarda siyah zemin üzerine beyaz yazı şeklinde renk kullanımının olduğu görülmektedir. Renk kullanımı yönünden basılı ve elektronik edisyonlar belirli seviyede tutarlı sayılabilir.



Şekil 15. National Geographic (Türkiye Nisan 2019) basılı (sol) ve elektronik (orta-sağ) edisyonu renk kullanımı

Tipografik Kararlar: Her iki edisyonda, başlık ve içerikte aynı tırnaklı yazı karakteri, içerikte vurgu yapılması istenilen cümle veya kelimelerde ise tırnaksız yazı karakterinin kalın değeri kullanılmıştır. İçeriğin bazı alt başlıklarında, sayfanın üstünde yer alan ana bölüm bilgilerinde, yazara ait bilgilerde, makalenin alındığı referans bilgilerinde ve resim altı bilgilerinde ise tırnaksız yazı karakteri ve yazı karakteri ailesinin kalın ve orta üyeleri kullanılmış; bu tasarım tutumu iki edisyona da tam olarak yansıtılmıştır. Kullanılan her iki yazı karakteri ailesinin kalın ve orta üyeleri de iki edisyona tutarlı bir şekilde aktarılmıştır. Basılı ve elektronik edisyonda da metin başlarında sayfa boyutuna oranla büyük olarak tasarlanan insiyal kullanımı görülmektedir. Metin hizalamaları ise basılı edisyonda iki taraftan blok, elektronik edisyonda ise metin hizalamaları soldan blok şeklinde hizalanmıştır (Şekil 16).



Şekil 16. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonu tipografi kullanımı

Etkileşim - Dolaşım - İşlev: National Geographic Türkiye dergisinin 2019 Nisan sayısı elektronik edisyonunda ise görseller farklı biçimlerde görüntülenmektedir. Foto Haber bölüm başlığında yer alan ve basılı edisyonunda altı sayfada tam sayfa olarak yayınlanan fotoğraflar, elektronik edisyonda okuru nasıl dolaşması gerektiğini belirten oklar ve bilgilendirme yazıları sayesinde okurun dokunma eylemiyle gerçekleştirdiği panoramik görüntü biçiminde kullanılmıştır. Bu panoramik görüntü kullanımı derginin diğer bazı sayfalarında da görülmektedir (Şekil 17).



Şekil 17. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) elektronik edisyonu panoramik görsel kullanım

Keşfet bölümünde ise basılı edisyonda birden fazla sayfada kullanılan grafik, elektronik edisyonda oklar ve bilgilendirme yazıları ile yakınlaştırma uzaklaştırma (pan/zoom in-out) özelliği ile aynı sayfada tasarlanmıştır. Bazı sayfalarda ise görsellerde manuel slayt geçişleri görülmektedir (Şekil 18). Editör ve forum sayfasında, okurun ulaşabileceği mail adresleri ve derginin sonunda yer alan bölümde ise okurların fotoğraf karelerini yayınlanması için bağlantı adresi yer almaktadır.

Ayrıca forum sayfasında dergiye ait Facebook, Instagram, Twitter sosyal medya hesaplarına ait etkileşimli ikonlar yer almaktadır. Dergide ses, müzik ve video gibi etkileşim unsurları ve arama / kopyalama / favorilere ekleme gibi menüler yer almamaktadır.

NOTE: This preprint reports new research that has not been certified by peer review and should not be used as established information without consulting multiple experts in the field.



DİĞER FOTOĞRAFLARI GÖRMEK İÇİN OKLARA DOKUNUN

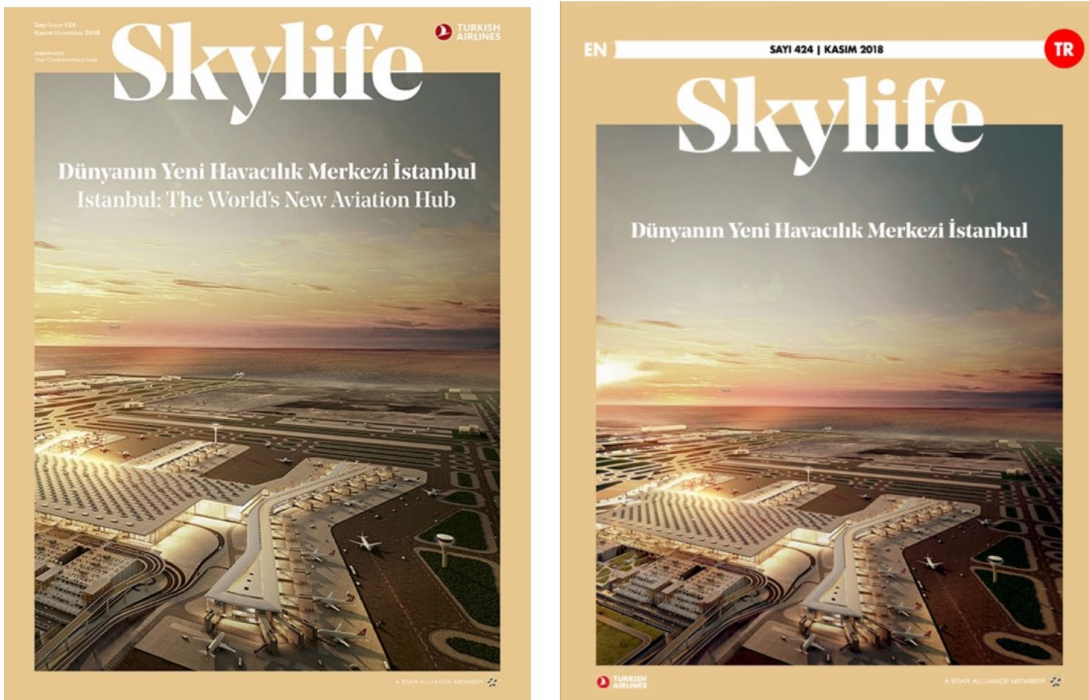
1. İtabaşı'de büyük bir toplu konut projesi -dançi- yükseliyor. 2. Yurakuç'oda, her biri birer video oyunu ya da film karakteri gibi

Şekil 18. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) elektronik edisyonu görsel kullanımı

1983 yılında Türk Hava Yolları THY Magazine adıyla aylık uçuş dergisini yayınlamaya başlamış, 1989 yılında Skylife adını alarak yayın hayatına devam etmiştir (Kazan,

2013:305). Skylife dergisi Murat Helvacı ve Serkan Şahin tarafından tasarlanmaktadır. Zaman içerisinde çeşitli tasarım değişiklikleri ile günümüzdeki halini almıştır. Aylık olarak yayınlanan; basılı edisyonunun dışında elektronik edisyonu da bulunan; Türk Hava Yolları'nın uçak içi yayını ve ücretsiz yayınlanan Skylife; bilgisayar, tablet, akıllı telefonlar tarafından ücretsiz olarak görüntülenebilmektedir. Derginin iPad versiyonu ilk olarak Ağustos 2011 sayısı ile zenginleşmiş içerik ve çoklu ortam öğeleri ile okurlarıyla buluşmuş, yayımlandığı ilk ay itibariyle 8 bin kişi tarafından indirilmiştir (www.haberler.com,2011; www.skylife.com, 2012).

Logo, Kapak ve Biçim Kullanımı: 2018 Kasım sayısına ait Skylife dergi kapakları solda basılı edisyonu sağ tarafta ise elektronik edisyonu yer almaktadır (Şekil 19). Dergilerin her iki edisyonunda da boyut olarak birbirine yakın bir ölçü kullanılmıştır.



Şekil 19. Skylife (Kasım 2018) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonlarına ait kapak görüntüleri

Logo ise basılı edisyonda sayfanın en üstünde ve merkezde yer alırken elektronik versiyonda yayın sayısının ve yılının yer aldığı şeridin hemen altında konumlandığı görülmektedir. Logo rengi, her iki dergi edisyonunda fotoğraf ve zemin rengi dikkate alınarak negatif bir kullanımla zemin ve fotoğrafın önüne çıkması sağlanmıştır. Derginin

her iki edisyonunda da dosya konu başlığı logonun hemen altında ve merkezde aynı tırnaklı yazı karakteriyle ve A Star Alliance Member logosu sol altta yer alırken, Turkish Airlines logosu ve yayın sayısı gibi diğer yardımcı elemanlar her ikisinde de farklı yerde bulunmaktadır. Bu yardımcı elemanların farklı yerde bulunmasının nedeni ise derginin Türkçe ve İngilizce olarak iki dilde tasarlanmış olmasıdır. Basılı edisyonda yazı karakteri ailesinin bold/semibold kullanımı imkanlarından yararlanılarak iki dil aynı sayfa tasarımında çözümlenmiş ancak elektronik edisyonunda ise çift dil sorununu üst kısımda yer alan TR ve EN butonlarıyla ve okura dil seçeneği imkanı sunarak çözümlenmiştir. Butonlar; TR dili kırmızı daire içinde negatif şekilde, EN dili ise gözün tamamlayabileceği daire şeklinde ve pozitif olarak tasarlanmıştır (Şekil 20).



Şekil 20. Skylife (Kasım 2018) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonlarına ait kapak çözümlenmesi

Sayfa Yapısı: Skylife dergisi basılı edisyonun da bazı sayfalarında genel yapısında 3'lü (2 ana ve 1 yavru sütun) grid sistemi hakimdir ancak bazı sayfalarda ise 2'li grid sistemi kullanılmıştır. 3'lü (2 ana ve 1 yavru sütun) grid sistemindeki yavru sütun daha çok resim altı bilgilendirmeleri için kullanılmıştır. Elektronik edisyonunda ise 3'lü grid sisteminin yerine 2'li grid sistemine düşürülmüş; basılı versiyonunda fotoğraf altı bilgilendirme için

ayrılan yavru sütun, elektronik versiyonda kaldırılmış ve bilgilendirme, fotoğrafın hemen altında yer almıştır (Şekil 21).



Şekil 21. Skylife (Kasım 2018) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonlarının sayfa yapısına ait görüntüler

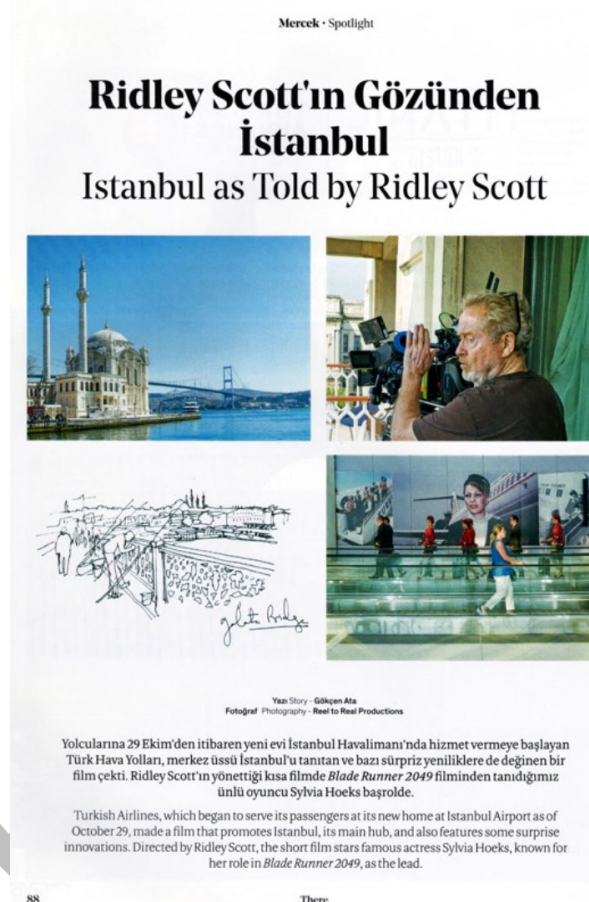
Basılı edisyonda okurun hangi editöryal içerikte olduğunu belirten bilgilendirme yazısı çift dilde, sayfanın en üstünde ve orta merkezinde yer alırken, elektronikte hiçbir şekilde yer almadığı görülmektedir (Şekil 22).



Şekil 22. Skylife (Kasım 2018) basılı edisyonu sayfa bilgilendirmesi

Elektronik edisyonda kapağın üst kısmındaki dil tercihlerinin yer aldığı şerit, derginin tüm iç sayfalarına taşınarak kendi içinde bir tasarım devamlılığı oluşturulmuştur. Konu giriş sayfasında ise konu başlığı, iki edisyonda yakın yerlerde konumlanmış, görsellerin geneli

aynı oranda kullanılırken elektronik edisyonda bazı görseller hareketli görüntü biçiminde kullanılmıştır (Şekil 23). Ayrıca elektronik edisyonun bazı seperatör sayfalarında görseller, hareketli görüntü biçiminde sunulmuştur. Bu sayede basılı edisyondaki görsel karışıklık, elektronik edisyondaki hareketli görüntü sayesinde önlenmiştir.



Şekil 23. Skylife (Kasım 2018) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyon konu giriş sayfası görüntüleri

Basılı versiyonda iki kişiye ait röportajlar; ayrı sayfalarda, 3Tü ve 2Ti grid sistemiyle yer alırken, elektronik versiyonda ise butonlar sayesinde aynı sayfada ve 2Ti grid sistemi ile çözümlenmiştir. Butonlara dokunulduğunda röportajı yapılan kişinin fotoğrafı ve röportaj içeriğinin aynı anda değiştiği görülmektedir (Şekil 24). İki edisyonun sayfa yapılarına bakıldığında basılı ve elektronik arasında görsel kimlik açısından tam bir tutarlılık sağlanmadığı ancak elektronik edisyonda çift dil kullanımından kaynaklanan görsel karmaşanın e-yayın teknolojileri sayesinde giderildiği görülmektedir.