



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Grafik Anasanat Dalı

**BASILI VE ELEKTRONİK GRAFİK TASARIM DERGİLERİNİN
GÖRSEL KİMLİK AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI ve
BİR ELEKTRONİK TASARIM DERGİSİ ÖNERİSİ**

Özden Pektaş Turgut

Sanatta Yeterlik Tezi

Ankara, 2009

BASILI VE ELEKTRONİK GRAFİK TASARIM DERGİLERİNİN
GÖRSEL KİMLİK AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI ve
BİR ELEKTRONİK TASARIM DERGİSİ ÖNERİSİ

Özden Pektaş Turgut

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Grafik Anasanat Dalı

Sanatta Yeterlik Tezi

Ankara, 2009

KABUL VE ONAY

Özden Pektaş Turgut tarafından hazırlanan “Basılı ve Elektronik Grafik Tasarım Dergilerinin Görsel Kimlik Açısından Karşılaştırılması ve Bir Elektronik Tasarım Dergisi Önerisi” başlıklı bu çalışma, 10.06.2009 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Sanatta Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Adnan Tepecik (Başkan)

Prof. Dr. İncilay Yurdakul (Danışman)

Prof. Ayşe Müge Bozdayı

Doç. Namık Kemal Sarıkavak

Yrd. Doç. Zülfükar Sayın

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. İrfan Çakın
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun bir yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

10.06.2009

Özden Pektaş Turgut

ÖZET

PEKTAŞ TURGUT. *Basılı ve Elektronik Grafik Tasarım Dergilerinin Görsel Kimlik Açısından Karşılaştırılması ve Bir Elektronik Tasarım Dergisi Önerisi*, Sanatta Yeterlik Tezi, Ankara 2009

Bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte değişen yayımcılık kavramı, bilginin işlenmesinde, depolanmasında veya dağıtımında elektronik ortam araçlarının aktif olarak kullanıldığı elektronik yayımcılık halini almıştır. Çok çeşitli biçimlerde yapılan e-yayımcılık türlerinden elektronik dergiler ise, yüksek görsellik ve etkileşim içeren yapılarıyla okurlar tarafından sıklıkla tercih edilen bir yayın biçimidir. Birçok örneğinde olduğu gibi e-dergiler, basılı haldeki dergilerin elektronik ortama aktarılması gibi algılansa da, İnternet bağlantıları, video görüntü, hareketli görüntü (canlandırma), ses gibi çoklu ortam özellikleri ile farklı bir tasarım yapısına sahip olmalıdır. Etkili ve işlevsel bir e-dergi, bu özelliklerin doğru biçimde ve yerinde kullanımıyla mümkündür. Yapılan bu araştırma ve uygulama çalışmasıyla; e-dergilerin tasarım alanındaki önemi vurgulanmış, ülkemizdeki görsel iletişim ve grafik tasarım içerikli e-yayınlar kaynağı olması amacıyla hazırlanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde yayımcılık kavramı, tarihçesi, dergi tasarımının gelişimi, dünyada ve Türkiye'deki basılı dergi yayıncılığına ait örneklere yer verilmektedir. Ayrıca yayımlandıkları ülkelerin farklı tasarım anlayışlarını yansıtan, günümüzde yayımlanması devam eden grafik tasarım dergilerinden örnekler incelenmektedir.

Kitle iletişiminde önemli bir ortam haline gelen ve zaman içerisinde hızla gelişen elektronik yayımcılık kavramı, çalışmanın araştırma temelini oluşturmaktadır. İnsanoğlunun bilgiye daha hızlı ve etkili biçimde ulaşabilme ihtiyacı çerçevesinde gelişen e-yayınların olumlu ve olumsuz yönlerinin karşılaştırılması, e-yayıncılığın dünyada ve Türkiye'deki gelişimi, elektronik yayın türleri ikinci bölümde anlatılmaktadır.

Elektronik yayın türlerinden e-dergiler, yazın, bilim, moda, sanat, tasarım, teknoloji, magazin, alışveriş gibi farklı içeriklerde, aylık/yıllık olarak yayımlanabilmektedir. E-dergiler çok temel biçimde içeriklerine ve üretiminde kullanılan teknolojilere göre sınıflandırılmaktadır. Üçüncü bölümde; içeriklerine göre farklı alanlarda yayımlanan e-dergilerden örneklere yer verilmektedir. PDF, Flash, HTML teknolojilerinin, e-dergi üretimindeki etkisi sorgulanmak ayrıca birbirinden farklı birçok özelliğe sahip bu teknolojiler ile üretilen, grafik tasarım içerikli dünyadan ve Türkiye'den çok sayıda

e-dergi ayrıntılı olarak incelenmektedir.

Dördüncü bölümde ise önceki bölümlerde incelenen basılı ve elektronik grafik tasarım dergileri, biçim, sayfa tasarımı, tipografi, renk, durağan ve hareketli görüntü kullanımı, ses, etkileşim gibi görsel kimlikleri açısından karşılaştırılmaktadır.

Beşinci ve son bölümde uygulama çalışması olan, "graf" görsel iletişim ve tasarım e-dergisine yer verilmektedir. Derginin içeriğini; tasarım alanındaki yarışma, etkinlik haberleri, röportajlar, tasarımcı çalışmalarından seçkiler, kitap, dergi, dvd gibi yayın tanıtımları oluşturmaktadır. Flash teknolojisinde tasarlanan e-dergi, kolay kullanılabilir, rahat okunabilir, estetik, işlevsel ve elektronik ortama ait tüm özellikleri içerisinde barındıran bir tasarım önerisi olarak sunulmaktadır.

Anahtar sözcükler: Elektronik Yayıncılık, Elektronik Dergi, Grafik Tasarım, E-yayın, Etkileşim, Çoklu ortam, Sayfa Tasarımı, Tipografi.

ABSTRACT

PEKTAS TURGUT. *Comparison of Printed and Electronic Graphic Design Magazines in View of Visual Identity and An Electronic Design Magazine Proposal*, Sufficiency in Arts Thesis, Ankara, 2009

The changing concept of publication in the light of advancing computer technologies, has transformed into electronic publication where electronic media tools are being actively used in the areas of processing, storing and distributing information. Electronic magazines as one of many e-publication forms, is an extensively preferred form by readers due to its high visual content and interactivity. Although considered as transferring of printed magazines to electronic media, they should have a different design structure by housing multimedia features such as internet links, video clips, animations and sounds. An effective and functional e-magazine is possible through correct and proper use of these features. This research and application has been prepared in order to make a contribution to electronic publication, specifically to e-magazine design.

First section of this study gives place to concept of publication, history, progress of magazine design, examples of printed magazines in the world and Turkey. In addition, examples of graphic design magazines, that reflect different design concepts of countries that they are published and continue to be published today, are examined.

Becoming an important media for mass communication and rapidly progressing, the concept of electronic publication constitutes the basis of this research. E-publications, developing by humankind's needs of reaching information faster and more effective, comparison of their positive and negative sides, progress of e-publications in the world and Turkey and types of electronic publications are explained in second section.

E-magazines, a type of electronic publications, are being published monthly/annually with a great variety of contents such as literature, science, fashion, art, design, technology or shopping. E-magazines are basically classified according to their contents and technologies used to produce them. In third section, examples of e-magazines are placed published in different fields according to their contents. Effect of PDF, Flash and HTML technologies on production of e-magazines is questioned. A great number of e-magazines from world and Turkey with graphic design content are examined in detail which are produced with these technologies having distinctive

features from each other. Whereas in fourth section, printed and electronic graphic design magazines examined in previous sections, are compared in means of their visual identities such as form, page design, typography, color, still and motion image use, sound and interactivity.

In fifth and last sections, visual communication and design e magazine “graf” is placed as the application study. The content of magazine consists of contests and activity news in design field, interviews, selections from designer works, promotions of publications like books, magazines and DVD’s. E magazine, designed by Flash technology, easy to use, comfortable to read, esthetic, functional and accomodating all features of electronic media, is presented as a design proposal.

Key Words: Electronic Publishing, Electronic Magazine, E-Magazine, E-Publish, Multimedia, Interactivity, Page Design, Typography.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vii
GÖRÜNTÜLER DİZİNİ	xi
1. BÖLÜM: BASILI DERGİ YAYIMCILIĞI	1
1.1 DÜNYADA BASILI DERGİ YAYIMCILIĞI	3
1.2 DERGİ TASARIMININ GELİŞİMİ	8
1.3 TÜRKİYE'DE BASILI DERGİ YAYIMCILIĞI	24
1.4 GÜNÜMÜZ BASILI GRAFİK TASARIM DERGİLERİ	36
1.4.1 Grafik Tasarım	36
1.4.2 Novum	38
1.4.3 Communication Arts	40
1.4.4 Etapes	41
1.4.5 IdPure	42
1.4.6 Eye	43
2. BÖLÜM: ELEKTRONİK YAYIMCILIK	45
2.1 DÜNYA'DA VE TÜRKİYEDE ELEKTRONİK YAYIMCILIK	46
2.2 ELEKTRONİK YAYIN TÜRLERİ	53
2.1.1 Elektronik posta (e-posta)	54
2.1.2 Elektronik bülten (e-bülten)	55
2.1.3 Elektronik kitap (e-kitap)	56
2.1.4 Elektronik gazete (e-gazete)	58
2.1.5 Web yayıncılığı	60
2.1.6 Elektronik dergi (e-dergi)	63

2.3 ELEKTRONİK YAYIMCILIĞIN OLUMLU YÖNLERİ	64
2.4 ELEKTRONİK YAYIMCILIĞIN OLUMSUZ YÖNLERİ	66
3. BÖLÜM: ELEKTRONİK DERGİ YAYIMCILIĞI VE E-DERGİLER	68
3.1 ÜRETİM TEKNİKLERİNE GÖRE E-DERGİ BİÇİMLERİ	68
3.1.1 PDF Dergiler	68
3.1.2 Flash Dergiler	71
3.1.3 HTML Dergiler	73
3.2 İÇERİKLERİNE GÖRE ELEKTRONİK DERGİ TÜRLERİ.....	74
3.3 ELEKTRONİK GRAFİK TASARIM DERGİLERİ	78
3.3.1 Bak	79
3.3.2 Encore Magazine.....	81
3.3.3 Root Magazine.....	83
3.3.4 Humus	85
3.3.5 BigMag	86
3.3.6 PingMag.....	88
3.3.7 Jiklet.....	91
3.3.8 Blanket.....	91
3.3.10 Beast.....	95
3.3.11 Revolution Art	96
4. BÖLÜM: GÖRSEL KİMLİK AÇISINDAN BASILI VE	
 ELEKTRONİK GRAFİK TASARIM DERGİLERİ.....	98
4.1 BOYUT (FORMAT).....	101
4.2 KAPAK.....	105
4.3 MARKA, AMBLEM, LOGO	111
4.4 SAYFA TASARIMI	117
4.4.1 Yazı karakteri seçimi.....	118
4.4.2 Yazı Ölçüsü	121

4.4.3 Harf, Sözcük ve Satır Arası Boşluk.....	123
4.4.4 Hizalama.....	126
4.4.5 Vurgu	126
4.4.5 Kanava (Grid)	130
4.4.6 İç Sayfalar	134
4.4.6.1 İçindekiler	136
4.4.6.2 Sayfa Numarası	143
4.4.6.3 Başlık Çeşitleri	145
4.5 RENK.....	149
4.6 GÖRÜNTÜ.....	153
4.6.1 Durağan Görüntü	154
4.6.1.1 Görüntü Dosya Biçimleri	155
4.6.1.2 Görüntü Çözünürlüğü.....	158
4.6.1.3 Görüntü Renk Modeli	158
4.6.2 Hareketli Görüntü.....	158
4.6.2.1 MPEG (Moving Picture Experts Group)	160
4.6.2.2 Avi (Audio Video Interleave).....	160
4.6.2.3 Mov (Moving Picture Experts Group).....	161
4.7 SES.....	161
4.7.1 Ses dosya biçimleri.....	163
4.7.1.1 WAV	164
4.7.1.2 MP3.....	164
4.8 ETKİLEŞİM	164
4.9 YÖNLENDİRME - DOLAŞIM (NAVİGASYON).....	166
5. BÖLÜM: “GRAF” E-DERGİ UYGULAMA ÇALIŞMASI.....	169
5.1 UYGULAMA ÇALIŞMASI	170
5.2 UYGULAMANIN GÖRSEL KİMLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ.....	171

5.2.1 Biçim, Logo, Kapak	171
5.2.2 Sayfa Tasarımı	172
5.2.4 Renk	175
5.2.5 Görüntü	176
5.2.6 Ses, Müzik	177
5.2.7 Dolaşım - Etkileşim - İşlev	177
5.3 UYGULAMA ÇALIŞMASI SAYFA GÖRÜNTÜLERİ	179
5.4 UYGULAMA ÇALIŞMASI DEĞERLENDİRME SORMACASI VE SONUÇLARI	191
SONUÇ.....	198
KAYNAKÇA.....	200
YARDIMCI KAYNAKÇA	208
1.EK. Elektronik Grafik Tasarım Dergileri ve İnternet Adresleri.....	212
2.EK: Basılı Grafik Tasarım Dergileri	215
ÖZGEÇMİŞ	

GÖRÜNTÜLER DİZİNİ

1. Görüntü: Journal des Savans dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.....	4
2. Görüntü: Gentelmen's Magazine dergisine ait kapak (1771) ve iç sayfa (2002) görüntüleri.....	4
3. Görüntü: Mercure Galant dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.....	5
4. Görüntü: The Tatler dergisi iç kapak sayfasına ait görüntü.....	5
5. Görüntü: Harper's Bazaar dergisi 1867 yılına ait kapak ve iç sayfa görüntüsü.....	6
6. Görüntü: Nature (1869) ve Punch (1841) dergilerine ait kapak görüntüleri.....	6
7. Görüntü: National Geographic (1915), American Time (1923) dergilerine ait kapak görüntüleri.....	7
8. Görüntü: Life dergisi 1965 ve 1969 yıllarına ait kapak görüntüleri.....	7
9. Görüntü: Goodey's Lady Book dergisinin iç sayfa görüntüsü.....	8
10. Görüntü: Royal American Magazine dergisinde basılan resimleme örneği ve iç sayfa görüntüsü.....	9
11. Görüntü: Yellow Book (1894) ve The Studio dergisi kapak görüntüleri.....	9
12. Görüntü: The Chap Book ve The Inland Printer dergileri kapak görüntüleri.....	10
13. Görüntü: Koloman Moser tasarımı Ver Sacrum dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.....	10
14. Görüntü: Jugend dergisi karşılıklı iç sayfa görüntüsü.....	11
15. Görüntü: Jugend dergisi kapak ve iç sayfa görüntüsü.....	11
16. Görüntü: Lacerba dergisine ait kapak görüntüleri.....	12
17. Görüntü: El Lissitzky (1924) ve Kurt Schwitters (1925) tarafından tasarlanan Merz dergisi kapak görüntüleri.....	13
18. Görüntü: AIZ dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.....	13
19. Görüntü: Herbert Bayer tarafından tasarlanan Bauhaus (1929) dergisi kapak görüntüleri.....	14
20. Görüntü: Vanity Fair (...) ve House&Garden (1934) dergisi kapak görüntüleri.....	15
21. Görüntü: Vogue dergisi 1936 ve 1942 yıllarına ait kapak görüntüleri.....	15
22. Görüntü: Harper's Bazaar (1938) dergisi kapak görüntüleri.....	16
23. Görüntü: Portfolio (1950 Kış) dergisi 1.sayısına ait kapak ve iç sayfa görüntüleri ..	17

24. Görüntü: Portfolio (1950) dergisine ait iç sayfa görüntüsü.	17
25. Görüntü: Mc Call's (1954) dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.	18
26. Görüntü: Esquire dergisi 1955 yılına ait çeşitli kapak görüntüleri.....	19
27. Görüntü: Herb Lubalin tarafından tasarlanan Eros dergisi kapak görüntüleri.	19
28. Görüntü: Oz ve Rolling Stone dergisi kapak görüntüleri.	20
29. Görüntü: Fred Woodward tasarımı Rolling Stone dergisi iç sayfa görüntüleri.....	20
30. Görüntü: Milton Glaser'ın tasarladığı 1974 yılı New York dergisi kapakları	21
31. Görüntü: Paris Match (1955) dergisi kapağı ve Glaser tarafından tasarlanan 1975 yılı kapak görüntüsü.	21
32. Görüntü: The Face dergisi Mart 1985 yılı kapak ve iç sayfa görüntüleri	22
33. Görüntü: 1986 yılı Arena dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.	23
34. Görüntü: Emigre dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.....	23
35. Görüntü: David Carson'un tasarladığı Ray Gun dergisi kapak görüntüleri.....	24
36. Görüntü: Takvim- i Vakâyi gazetesi ön sayfa görüntüsü.	25
37. Görüntü: Diyojen dergisi giriş sayfası görüntüsü.....	27
38. Görüntü: Sevimli Ay (1926) ve 7 Gün (...) dergileri kapak görüntüleri.....	28
39. Görüntü: Hayat ve Kim dergisine ait kapak görüntüleri.	29
40. Görüntü: Doğan Kardeş ve Gırgır dergileri kapak görüntüleri.....	30
41. Görüntü: Mikrop ve Erkekçe dergileri kapak görüntüleri.....	30
42. Görüntü: Farklı yıllara ait Nokta dergisi kapaklarına ait görüntüler.....	31
43. Görüntü: Aktüel ve Tempo dergilerine ait kapak görüntüleri.	31
44. Görüntü: Sanat Dünyamız dergisi 1974 ve 1994 yıllarına ait kapak görüntüleri.	32
45. Görüntü: Arredamento Mimarlık dergisinin eski ve yeni kapak görüntüleri.	33
46. Görüntü: Fol dergisine ait kapak görüntüsü.....	33
47. Görüntü: Milliyet Sanat dergisinin 1974 ve 2003 yılına ait kapak görüntüleri.....	34
48. Görüntü: Grafik Sanatı dergisi kapak görüntüleri.	35
49. Görüntü: Grafik Sanatı dergisi iç sayfa görüntüsü.....	35
50. Görüntü: Grafik Tasarım dergisi 3. ve 18. sayı kapak görüntüleri.....	36
51. Görüntü: Grafik Tasarım dergisi iç sayfa görüntüsü.....	37
52. Görüntü: Gebrauchsgrafik (1928) ve Novum World of Graphic Design (1980) yılı kapak görüntüleri.....	38

53. Görüntü: Novum World of Graphic Design dergisi iç sayfa görüntüsü.	39
54. Görüntü: Novum World of Graphic Design dergisi özel kapak uygulamaları görüntüleri.....	39
55. Görüntü: Communication Arts dergisi kapak görüntüleri.	40
56. Görüntü: Communication Arts dergisi iç sayfasından görüntü.	40
57. Görüntü: Etapes dergisi 2008 (sol) ve 2001 (sağ) yılı kapaklarından görüntüler. ...	41
58. Görüntü: Etapes dergisi Aralık 2007 sayısına ait iç sayfa görüntüsü.	42
59. Görüntü: IdPure dergisi 2006 (sol) ve 2008 (sağ) kapak görüntüleri.	42
60. Görüntü: IdPure dergisi (2008) iç sayfa görüntüsü.	43
61. Görüntü: Eye dergisi 1999 (sol) ve 2008 (sağ) yılı kapaklarından görüntüler	44
62. Görüntü: Eye dergisi iç sayfasına ait görüntü.....	44
63. Görüntü: Elektronik yayımcılık çizelgesi.....	45
64. Görüntü: Dünyadaki İnternet kullanımı açısından ilk 20 ülkenin, 19 Mart 2007 tarihli istatistik sonuçları (Milyon kişi).....	48
65. Görüntü: OECD Ülkeleri İnternete bağlanma hızlarını gösteren tablo görüntüsü, 13 Ekim 2008.....	49
66. Görüntü: OECD Ülkeleri İnternete bağlanma hızlarını gösteren tablo görüntüsü. ..	50
67. Görüntü: DİE'nin Bilim, Teknoloji ve Bilişim İstatistikleri tablo görüntüsü.....	51
68. Görüntü: Lg ve Fujitsu'nun ürettiği e-kağıt görüntüleri.	54
69. Görüntü: İcograda'nın aylık haber bülteni şeklinde tasarlanan e-posta görüntüsü. 55	
70. Görüntü: Garanti Bankası kredi kartının, satış ortaklığı yaptığı IKEA firmasının ürünlerini tanıtan e-bültene ait sayfa görüntüsü.	56
71. Görüntü: İpod ve cep bilgisayarında açılmış e-kitap görüntüsü.	57
72. Görüntü: Katlandığında e-kitap olarak kullanılan çocuklar için tasarlanmış bir dizüstü PC görüntüsü.	57
73. Görüntü: İnternette yayımlanana gazeteler ve yayınlanma tarihleri.	59
74. Görüntü: New York Times e-gazetesi ekran görüntüsü.....	59
75. Görüntü: Türkçe blog sitelerinden Blogger'ın giriş sayfası görüntüsü.	61
76. Görüntü: Grafiti içerikli bir blog sayfası görüntüsü.....	62
77. Görüntü: "Cinemascope" aylık sinema e-dergisi karşılıklı iç sayfa görüntüsü.....	64
78. Görüntü: Bir uçak motor ayrıntısını gösteren üç boyutlu çizimin Acrobat	

programındaki ekran görüntüsü.....	70
79. Görüntü: Tipografi dergisi Typo dergisi kapak ve iç sayfa görüntüsü.....	71
80. Görüntü: Boo! Türkçe yayımlanan kültür-sanat, yaşam, teknoloji içerikli e-dergi görüntüsü.....	73
81. Görüntü: Exlibrary ve 40ikinci e-dergilerden görüntüler.	74
82. Görüntü: G.Ü. Sosyal Bilimler Araştırmaları e-dergisi görüntüsü.	75
83. Görüntü: Düşle yazın alanında yayımlanan e-dergi görüntüsü.	76
84. Görüntü: Elle e-dergisine ait ekran görüntüsü.	76
85. Görüntü: PCWorld basılı ve elektronik ortamda yayımlanan derginin ekran görüntüsü.....	77
86. Görüntü: Creative Behavior (sol), Dexigner (sağ) e-dergilerine ait görüntüler.	78
87. Görüntü: Scrapbook (sol), New Porker (sağ), e-dergilerine ait görüntüler.	78
87. Görüntü: Bak dergisi (Eylül 2008,13. sayı) düğme ve menü yerleşimi.....	80
88. Görüntü: Korku temalı Eylül (2008) Bak dergisi'nin karşılıklı iki sayfa görüntüsü ...	80
89. Görüntü: Magwerk firmasına ait e-dergiler, Playmusic, Probe, Sleek ve Encore Magazine kapak görüntüleri	81
90. Görüntü: 3 farklı tema için hazırlanan karlı zemin, ofis masası, çimenli zemin görüntüleri üzerinde Encore dergisinin açık biçimdeki kullanımı	82
91. Görüntü: Encore dergisi sayfa altında bulunan düğme ve menü görüntüleri	82
92. Görüntü: Root dergisi giriş sayfası görüntüsü.	83
93. Görüntü: Root dergisi düğme ve menü görüntüleri.....	84
94. Görüntü: Root dergisinde tek sayfada görüntülenen hareketli görüntü örneği	85
95. Görüntü: Humus dergisinin geçmiş sayıları ve 7. sayı kapak görüntüsü.....	85
96. Görüntü: Humus dergisi iç sayfalarından görüntüler.	86
97. Görüntü: BigMag elektronik dergilerine ait kapak görüntüleri.....	87
98. Görüntü: BigMag elektronik dergisine ait iç sayfa görüntüsü.	87
99. Görüntü: BigMag elektronik dergisi içindekiler sayfası görüntüsü.....	88
100. Görüntü: PingMag elektronik dergisine ait iç sayfa görüntüsü.	89
101. Görüntü: PingMag elektronik dergisine ait giriş sayfası görüntüsü.	90
102. Görüntü: Jiklet elektronik dergisine ait giriş sayfası görüntüsü.	91
103. Görüntü: Blanket elektronik dergisine ait kapak görüntüsü.	92

104. Görüntü: Blanket elektronik dergisine ait iç sayfa görüntüsü.	92
105. Görüntü: Moloko+ e-dergisinin kapak görüntüleri.....	93
106. Görüntü: Moloko+ e- dergisinin iç sayfa görüntüsü.	94
107. Görüntü: Moloko+ e- dergisine ait iç sayfa görüntüsü.	94
108. Görüntü: Beast dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüleri	95
109. Görüntü: Beast dergisi 7. sayısındaki etkileşimli tasarım çalışması görüntüsü.	96
110. Görüntü: Revolution Art e-dergisine ait kapak görüntüleri.....	97
111. Görüntü: Revolution Art e-dergisine ait iç sayfa görüntüsü.	97
112. Görüntü: Novum dergisine ait özel uygulama teknikleri ile tasarlanan kapak görüntüleri.	99
113. Görüntü: Typografische Monatsblätter dergisinin Mayıs ve Haziran 1977 yılı sayılarında kullanılan, farklı dergilere ait görsel kimliklerin uygulandığı kapak örnekleri	100
114. Görüntü: 1993 ve 1994 yıllarına ait RayGun dergi kapakları görüntüleri	101
115. Görüntü: İki farklı içerikli Notes (2007) ve McK Wissen dergilerinin (2002) kapak görüntüleri.....	102
116. Görüntü: Birbirinden farklı boyutlara sahip Novum (2007) , Communication Arts (2003) ve Grafik Tasarım (2004) dergilerinin kapak görüntüleri.....	103
117. Görüntü: Novum dergisinin Temmuz 2008 Almanya sayısına ait özel uygulama görüntüleri.....	103
118. Görüntü: Flashda kare boyutta tasarlanan Bigmag ve dikey dikdörtgen KLE e-dergilerinin kapak görüntüleri.	104
119. Görüntü: PDF tasarlanan dikey dikdörtgen Vektorika ve Maguila e-dergileri kapak görüntüleri.....	105
120. Görüntü: Humus dergisi giriş ve iç sayfa görüntüleri.	105
121. Görüntü: Erkek dergisi Maxim (2007) ve ev-dekorasyon dergisi Marie Claire Maison (2008) kapak tasarımları görüntüleri.....	106
122. Görüntü: Domus dergisinin Temmuz/Ağustos sayısında kapak tasarımıyla ilişkili olarak 3 farklı renkte basılmış kapakları	107
123. Görüntü: Addict Creative Lab ve Geniş Açı dergilerinin kapak görüntüleri	107
124. Görüntü: Eye ve Kunst&Kultur dergileri kapak resimleme görüntüleri	108

125. Görüntü: Emigre (2000) ve Print (Mayıs/Haziran 2007) dergilerine ait kapak görüntüleri.....	108
126. Görüntü: Kromag ve Grafikal dergi kapaklarında resimleme ve fotoğraf kullanımı.	109
127. Görüntü: Newwebpick dergisinde, arka planda kullanılan resimleme üzerinde yer alan dergi kapak görüntüsü.	110
128. Görüntü: Her sayısında farklı zemin dokusun üzerinde incelenen Bak dergisine ait kapak görüntüsü.	110
129. Görüntü: Encore dergisinde arka plan için hazırlanan 4 farklı temadan, “çimen” ve “kum” üzerinde izlenen derginin görüntüleri.	111
130. Görüntü: Print Magazine (2005) ve Novum (2004) dergileri kapak görüntüleri ...	112
131. Görüntü: İngiliz Eye (2001) ve Amerikan Communication Arts (2007) dergilerine ait logo görüntüleri.	113
132. Görüntü: Alman Stern (2008) ve Amerikan Madison (2000) dergi kapaklarındaki logo görüntüleri.....	114
133. Görüntü: Street (2001) dergisi, Massiv (2000) dergisi ve High Potential (2001) dergisine ait logo görüntüleri	114
134. Görüntü: Yıllar içinde Print dergisi logosunun uğradığı değişimin görüntüleri.....	115
135. Görüntü: How (2007) dergisinin her sayısında ilgili içerikle bağlantılı biçimde yeniden düzenlenen logo görüntüleri.	115
136. Görüntü: Encore Magazine (2007), Blanket Magazine (2008) logolarından görüntüler.	116
137. Görüntü: Root ve Blanket dergilerine ait logo görüntüleri.	116
138. Görüntü: İnternet üzerinden izlenen Creative Behavior PDF e-dergisinin logo görüntüleri.	117
139. Görüntü: New Porker e-dergisinin farklı sayıları için tasarlanan logo görüntüleri	117
140. Görüntü: Georgia ve Verdana yazı karakteri görüntüleri.....	119
141. Görüntü: Bir yazı karakterinin anti-aliasing işlemi gören (solda) ve görmeyen (sağda) kesitinin görüntüsü.	119
142. Görüntü: Aynı büyüklükteki Georgia yazı karakteri, Times New Roman yazı karakterinden daha büyük görünmektedir.	120

143. Görüntü: Verdana, Tahoma ve Lucida yazı karakterlerine ait görüntüler.....	120
144. Görüntü: Arial ve Verdana yazı karakterlerinin aynı yazı karakteri ölçüsündeki farklarının görüntüleri.....	121
145. Görüntü: Aynı puntodaki (12 pt) Times New Roman (tırnaklı) ve Arial (tırnaksız) yazı karakterlerinin görüntü farklılıkları.....	122
146. Görüntü: Farklı platformlarda aynı puntodaki yazı karakterinin büyüklük farklılıklarını gösteren tablo	123
147. Görüntü: Harfler arasındaki boşlukların düzenlenmesi görüntüleri.	123
148. Görüntü: A ve L harfleri arasındaki boşlukların düzenlenmeden önce ve sonraki görüntüleri.....	124
149. Görüntü: Sözcükler arasındaki boşluklar aynı yazı karakterinden “i” harfinin iki sözcük arasında yerleşimiyle hesaplanabilmektedir.....	124
150. Görüntü: Metin içerisinde oluşan “nehir” ler ve giderilmiş biçimi.	125
151. Görüntü: Hatalı boşluk düzenine bağlı olarak üst üste binen harf uzantı görüntüsü.	125
152. Görüntü: 12 pt ve 18 pt satır aralığı bırakılmış bir paragraf metin görüntüsü.	126
153. Görüntü: Sırasıyla sola, sağa, ortadan ve tam hizalama metin görüntüsü.	126
154. Görüntü: Helvetica yazı karakterinin normal, eğik, kalın ve kalın eğik kullanımına örnek görüntü.	127
155. Görüntü: Grafik Tasarım ve Novum dergilerinden alınan metin içinde vurgulama görüntüleri.....	128
156. Görüntü: Fransız Mix (2000) ve Alman Spex (2002) dergi sayfalarından ara başlıkların öne çıkarılmasına örnek görüntü.....	128
157. Görüntü: Amerikan Harper’s Bazaar (1995) ve Rolling Stone (2000) dergi iç sayfalarında vurgulama biçimleri görüntüsü.....	129
158. Görüntü: Bak dergisinde kalın biçem ile vurgu kullanımı görüntüsü.	129
159. Görüntü: Farklı bir paragrafa geçildiğinin iki farklı gösterim biçimi görüntüsü	130
160. Görüntü: ABN Ambro sayfasının kanava yapısı görüntüsü.	131
161. Görüntü: Sütun yapısındaki kanava görüntüsü.	132
162. Görüntü: Birimsel yapıdaki kanava görüntüsü.....	132
163. Görüntü: Alman Leica World dergisinin 2000 (sol üst), 1998 (sol alt), 1997 (sağ	

üst), 1998 (sağ alt), yıllarına ait sayfa tasarımlarında kanava biçimleri.....	133
164. Görüntü: Ux Magazine ve Subtraction Magazine kanava yapıları	133
165. Görüntü: Neville Brody'nin Andy Warhol röportajı için tasarladığı dergi sayfası görüntüsü.....	135
166. Görüntü: The Face (2000) dergisine ait iç sayfa düzenlemesi	135
167. Görüntü: Eye ve Communication Arts dergileri içindekiler sayfasına ait görüntüler.	137
168. Görüntü: How ve Grafik Tasarım dergilerinin içindekiler sayfası görüntüleri.....	137
169. Görüntü: Speak (2000) dergisine ait içindekiler sayfasının düzenleme görüntüsü	138
170. Görüntü: Tank (2001) dergisi içindekiler sayfasına ait görüntü	139
171. Görüntü: BigMag e-dergisine ait içindekiler sayfası görüntüsü	140
172. Görüntü: Into the storm e-dergisine ait içindekiler sayfası görüntüsü	140
173. Görüntü: Moloko e-dergisine ait içindekiler sayfası görüntüsü	141
174. Görüntü: Beast e-dergisine ait içindekiler sayfası görüntüsü	142
175. Görüntü: Communication Arts e-dergisinde bir sütun biçiminde, Eye dergisinde ise kapak görseli ile beraber tüm bir sayfa olarak tasarlanan tanıtım yazısı (credits) sayfasına ait görüntüler.	143
176. Görüntü: Surface (2001), Ish (1999), Rails (2001) dergilerine ait farklı sayfa numaralandırma örnekleri.....	143
177. Görüntü: IDPure ve Grafik Tasarım dergilerine ait sayfa numaralandırma görüntüleri.....	144
178. Görüntü: Sıradan sayfa numaralarından oldukça farklı biçimde tasarlanan Arude (1999) dergisine ait sayfa numaralandırma gösterimi.	145
179. Görüntü: Bak ve Revolution Art e-dergilerinde kullanılan sayfa numaralandırma görüntüleri.....	145
180. Görüntü: Grafik Tasarım dergisi ve Communication Arts dergisinde bölüm başlık kullanımlarına ait örnek görüntüler.	146
181. Görüntü: Harper's Bazaar (1992) dergisi sayfasında mimari çizim dokusu üzerinde yerleştirilmiş manşet görüntüsü.....	146
182. Görüntü: Spex (2002) dergisi sayfasında manşet kullanımına ait görüntü.....	147

183. Görüntü: Print dergisi sayfasında, pembe renkli başlığın hemen altına yerleştirilen ön bilgi paragrafına (standfirst) ait örnek görüntü.....	148
184. Görüntü: Moloko+ dergisine ait sayfada ön bilgi paragrafı kullanım biçimine ait görüntü.	148
185. Görüntü: Print dergisi iç sayfasında vurgu paragrafının kullanımına ait görüntü.	149
186. Görüntü: Renkler ve duygusal etkilerini gösteren tablo görüntüsü.....	149
187. Görüntü: American Life (1954) , Match (1954) ve Hayat (1966) dergileri logo tasarım beznelikleri	150
188. Görüntü: RGB ve CMYK renk modellerini gösteren grafik.	151
189. Görüntü: Etapes ve Novum dergilerinin kapak görüntüleri.....	152
190. Görüntü: Grafik Tasarım ve IdPure dergilerine ait iç sayfa görüntüleri.....	152
191. Görüntü: Root dergisine ait iç sayfa görüntüsü.	153
192. Görüntü: En sık kullanılan bilgisayar ekranı çözünürlükleri anketi	154
193. Görüntü: Blanket e-dergisi kapağında kullanılan resimleme örneği.	155
194. Görüntü: Newwebpick dergisinde, Step Up 2 filminin reklam sayfasında filminden alınan fragman görüntüsüne de yer verilmektedir	159
195. Görüntü: Encore Magazine (2008) dergisinde okur, alt sağ köşedeki açılı menü sayesinde farklı arka plan seslerinden tercih yapabilmekte, bu sesleri açıp kapatabilmektedir.	162
196. Görüntü: Root dergisinde okur, en altta bulunan menülerden 3 farklı müzik arasından tercih yapabilmekte veya kapatabilmektedir.....	163
197. Görüntü: Root dergisi sayfa çevirme uygulamasına ait görüntüler.....	165
198. Görüntü: Görüntü, metin ve rengin bir arada kullanıldığı düğme örneklerine ait görüntü.	167
199. Görüntü: Newwebpick (2008) dergisindeki düğmelerin yerleşimine ait görüntü.	167
200. Görüntü: Bak (2008) dergisi kapak ve düğmeleri görüntüsü.	168
201. Görüntü: "graf" dergisi logosunda kullanılan yazı karakteri, logotype ön çalışmaları ve logonun son haline ait görüntüler.....	172
202. Görüntü: Dergi metni ve başlıklarda kullanılan yazı karakteri görüntüleri.	173
203. Görüntü: Derya Öztürk röportajına ait metinler içerisinde denenmiş özel vurgulama görüntüleri.....	174

204. Görüntü: “graf” dergisi ana menü denemelerinden görüntüler.	175
205. Görüntü: “graf” dergisinde kullanılan web renkleri görüntüsü.....	177
206. Görüntü: “graf” dergisinde video denetim sistemi görüntüsü.....	179
207. Görüntü: “graf” dergisine ait önizleme seçenekli alt menü görüntüsü.	180
208. Görüntü: “graf” e-dergi kapak sayfası görüntüsü.....	181
209. Görüntü: “graf” e-dergi içindekiler sayfası görüntüsü.	182
210. Görüntü: “graf” e-dergi haberler sayfasından görüntü 1.....	182
211. Görüntü: “graf” e-dergi haberler sayfasından görüntü 2.....	183
212. Görüntü: “graf” e-dergi haberler sayfasından görüntü 3.....	183
213. Görüntü: “graf” e-dergi haberler sayfasından görüntü 4.....	184
214. Görüntü: “graf” e-dergi, “Helvetica ve Emre Ververi” bölümü sayfa 1.	184
215. Görüntü: “graf” e-dergi, “Helvetica ve Emre Ververi” bölümü sayfa 2.	185
216. Görüntü: “graf” e-dergi, “Helvetica ve Emre Ververi” bölümü sayfa 3.	185
217. Görüntü: “graf” e-dergi, “Helvetica ve Emre Ververi” bölümü sayfa 4.	186
218. Görüntü: “graf” e-dergi, Derya Öztürk ile röportaj sayfa 1.	186
219. Görüntü: “graf” e-dergi, Derya Öztürk ile röportaj sayfa 2.	187
220. Görüntü: “graf” e-dergi, Derya Öztürk ile röportaj sayfa 3.	187
221. Görüntü: “graf” e-dergi, kitaplık bölümü, kitap tanıtım sayfası 1.....	188
222. Görüntü: “graf” e-dergi, kitaplık bölümü, kitap tanıtım sayfası 2.....	188
223. Görüntü: “graf” e-dergi, kitaplık bölümü, dergi tanıtım sayfası 1.	189
224. Görüntü: “graf” e-dergi, kitaplık bölümü, dergi tanıtım sayfası 2.	189
225. Görüntü: “graf” e-dergi, kitaplık bölümü, dvd tanıtım sayfası 1.....	190
226. Görüntü: “graf” e-dergi, kitaplık bölümü, dvd tanıtım sayfası 2.....	190
227. Görüntü: “graf” e-dergi, tasarım seçkisi bölümü giriş sayfası.	191
228. Görüntü: “graf” e-dergi, tasarım seçkisi bölümü tasarımcı sayfalarından 1.....	191
229. Görüntü: “graf” e-dergi, tasarım seçkisi bölümü tasarımcı sayfalarından 2.....	192
230. Görüntü: “graf” e-dergi, son sayfa görüntüsü.	192

1. BÖLÜM: BASILI DERGİ YAYIMCILIĞI

Yayın, Türk Dil Kurumu sözlüğünde, basılıp satışı çıkarılan kitap, gazete gibi okunan veya radyo, televizyon aracılığıyla halka sunulan, duyurulan, iletilen şey, neşriyat olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu [TDK], (t.y.)). Buna göre yayımcılık, bir bilgiyi veya haberi hedef kitlelere iletme, duyurma, ulaştırma amacını taşımaktadır.

Tarihte ilk olarak sözel biçimde gerçekleşen yayma eylemi, yazının bulunuşuna kadar çok çeşitli biçimlerde yapılmıştır. Zamanla sözlü haberleşmenin yanı sıra yazı, haberin kaynağına sağlıklı bir şekilde dönebilmeyi sağlayan araç olmuştur. Yazı, sözün kaybolma özelliğini ortadan kaldırmıştır. Yazı sayesinde düşünceler, sözler bir kişiden diğerine, zaman içinde içeriğini, anlamını kaybetmeden aktarılabilmiş, hafızalardan silinip kaybolması önlenmiştir. Kısaca bilgiyi kayıt altında tutma gereksinimi ve bilgiyi yayma (haberleşme) arzusu, yazının doğuşunda etkili olmuştur.

Birçok alanda etkili olmasına karşın özellikle yayımcılığın ilk biçimlerinin gelişiminde yazı, kağıt ve matbaanın bulunuşu önemli aşamalardır. Bu anlamda, önceleri duvar ve taş üzerinde sonraları ise papirüsle¹ en ilkel biçimde yapılan yayımcılık, 1450'lerde yeni basımcılık uygulamaları, yazının çoğaltılabilmesi ve geniş kitlelere dağıtılabilmesi ile bugünkü gerçek anlamına kavuşmuştur.

Henri Berr, Georges Weill'in *Le Journal* adlı yapıtına yazdığı önsözde şöyle demiştir: "Gerçeğin aranmasında yazı ve matbaa çok büyük rol oynamışlardır. Yazı konuşan maddeyi yaratmıştır. Matbaa ise sonsuz sayıda çoğaltmış ve ebedileştirmiştir. Bu sayede düşünce zamanı yenmiştir. Dil, yazı ve matbaa insan zekası tarafından düşünceyi yaşatmak için bulunan mükemmel araçlardır. Dil, kitap ve gazete insanlık evriminde üç önemli aşamadır (Aktaran: İnuğur, 2002, s.100).

1980'lerden itibaren kişisel bilgisayarların masaüstü yayımcılık alanında kullanılması yayımcılık alanındaki önemli gelişmelerden birisidir. Böylece daha etkili görselliğe sahip ve daha hızlı çoğaltılan yayınlar üretilmiştir. İlerleyen zaman içerisinde ise yayımcılık, kâğıda bağımlı olmaktan çıkıp elektronik ortamlarda da farklı biçimlerde okura sunulmuştur.

Günümüzde yayımcılık, üretildiği ve ürün verdiği ortama göre; basılı yayımcılık ve elektronik yayımcılık olarak temelde ikiye ayrılmaktadır. Basılı ortam yayımcılığı terimi, tek renk veya ofset baskı teknikleri kullanılarak basılan, fiziksel olarak var olan,

¹ Papirüs: Mısır Nil deltasında yetişen,halat, sandalet, yelken gibi gündelik nesnelere üretmek için de kullanılan "Cyperus papyrus" bitkisinin saplarının ince şeritler halinde kesilerek, üst üste konması sonucu örgü biçiminde oluşturulan kağıt (Jean, 2004, s.40).

sayfaların elle çevrilebildiği tüm yayınların üretimi için kullanılmaktadır. Basılı ortam yayımcılığında, üretim maliyetleri masraflı olmakta, tasarım-üretim süreleri daha uzun zaman almakta, bilgilerin anında güncellenme olanağı bulunmamaktadır. Günümüzde ise bu maliyetleri en aza indirebilmek için yeni teknolojiler geliştirilmektedir.

Daha ayrıntılı biçimde 2. Bölüm'de anlatılacak olan "elektronik yayımcılığı" ise; üretimi ve sunumu bilgisayar, CD, İnternet gibi elektronik ortamlarda yapılan yayımcılık biçimidir. Elektronik ortam yayınları, basılı ortam yayınlarına göre çok daha düşük maliyetlerde üretilebilmekte, elektronik ortama özel etkileyici sunum biçimleriyle okura sunulmaktadır.

Günümüzde bir çok basılı kitap, gazete ve dergi, elektronik ortamda da takip edilmektedir. Bu yayınların çok büyük bir kısmı basılı haldeki görüntülerinin bilgisayar ortamına aktarılmış biçimleridir. Elektronik ortamın albenisinin yanında basılı yayınlar da hala okurlar tarafından ilgiyle tercih edilmektedir. Okur için dergiler, kitap ile gazete arasında oluşan boşluğu doldurmuştur. Kitap uzun soluklu bir okumayı gerektirmekte, gazete ise günlük olması nedeniyle kısa sürede tüketilmektedir. Böylece dergi, bir konuyu derinlemesine ele alarak sunmakta, değişken zaman aralıklarıyla yazının takibine fırsat verebilmektedir. Çevremizde biçim ve içerikleri bakımından çok çeşitli ve çok sayıda dergiye rastlanmaktadır. İlk zamanlar kadın, dekorasyon ve güncel haber içerikli dergiler çoğunlukta iken, bugün her tür sektöre yönelik yayın yapan çok çeşitli dergiler bulunmaktadır.

Dergiler; düzenli aralıklarla yayımlanan, değişik ilgi alanlarına hitap eden, deneme, makale, inceleme, araştırma ve eleştiri gibi yazılar, değişik edebi türleri ya da belirli konulara yönelik derlemeleri içeren ve genellikle resimli olan basılı yayınlardır (Ana Britannica, 1987, s.162).

Fransız Basın Terimleri Sözlüğü'nde verilen dergicilik tanımında; "Geçen belli bir sürenin bilânçosunu yapan, özgün yapıtlar ortaya koymaya çalışan ya da uzmanların görüşüne yer veren, çoğunlukla aylık ya da üç aylık süreli yayınlardır." (Aktaran: Gürkan, 2002, s.10) denmektedir. Bu tanımlardan anlaşılabilceği gibi bir yayının dergi olarak nitelendirilebilmesi için öncelikle -haftalık ya da aylık- düzenli aralıklarla yayımlanması gerekmektedir. Derginin diğer bir önemli özelliği de bağımsız olarak dağıtılması, okurlar tarafından talep edilerek, para karşılığı alınması ve belli aralıklarla ciltlenebilmesidir. Boyutu ve özel konular hakkında ayrıntılı yazıları, renkli fotoğraf ve resimleme kullanımıyla dergiler, içeriği ile olduğu kadar görsel olarak da okurların ilgisini çeken bir yayın türüdür.

Piyasada bulunan dergiler ortak birçok özelliğe sahip olmalarına karşın, hitap ettikleri kitle ve içerikleri bakımından birbirlerinden farklılıklar göstermektedirler. Çok temel olarak ana başlıklar altında toplamak gerekirse; erkek, kadın, çocuk, din, dil, sanat, tasarım, mizah, magazin, bilim, spor, hukuk, teknoloji, ekonomi, tarih, sektör, gezi gibi çok çeşitli konularda dergiler bulunmaktadır.

1.1 DÜNYADA BASILI DERGİ YAYIMCILIĞI

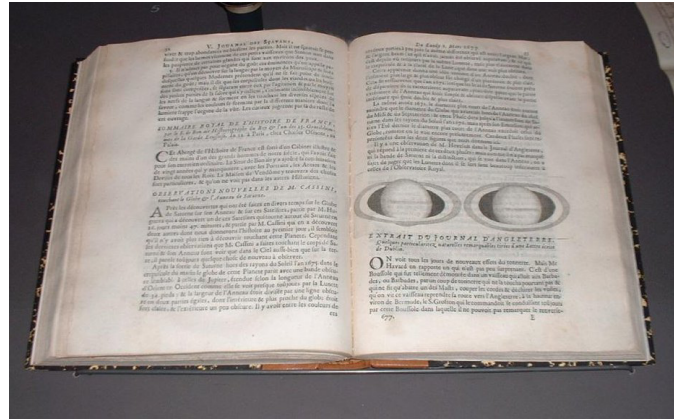
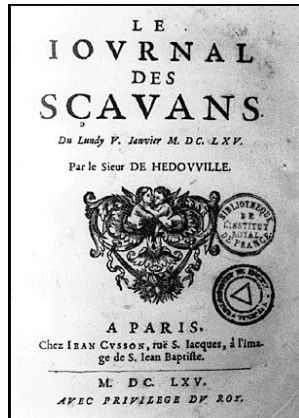
Yayıncılık tarihinde bir kitle iletişim aracı olarak süreli yayınların gelişimi, çok sayıda kişiye ulaşım yaygınlık kazanması ile mümkün olmuştur. Bu noktada süreli yayınların elden ele dolaşımını (taşınabilirlik, sağlamlık) ve çoğaltımını sağlayan teknik gelişmeler ve özellikle matbaanın kullanımı önemlidir. Matbaa ile birlikte sınırlı sayıda ve pahalı olan el yazması haberler ucuzlamış; daha çok kişiye ulaşmıştır. Bu ilk yayınlar, düzensiz aralıklarla yayımlanmış olmaları ve baskı sayılarının azlığı nedeniyle tam anlamıyla gazete veya dergi olarak nitelendirilememiş, süreli yayın (periodicals) olarak adlandırılmıştır.

Fransa'da yayımlanan ve süresiz gazeteler olan "occasionnel"ler, el ilanı ve gazete arasındaki sınırlı boyutta, 8–16 sayfalık fasiküllerden oluşmaktaydı. (...) "Occasionnel"ler İtalya'da gazzette adını almıştır. Gazzette İtalyanca bozuk para anlamına gelen "gazzetta" sözcüğünden doğmuş ve bu yayınları almak için kullanılan madeni para anlam kaymasıyla basılmış yayına adını vermiştir. (...) Fransa'da ise sonraları çok daha popüler olacak; insanın hayal gücüne ve duyarlılığına hitap ederek, gerçek, uydurma her tür haberi geniş kitlelere sunan "canard"lar (Fransızcada yalan haber ve gazete anlamına gelmektedir) doğmuştur. (Jeanneney, 2006, s.25).

Haftada bir yayımlanan süreli yayınlar ise 16. yüzyılın başlarından itibaren gelişim göstermeye başlamış; gerçek anlamda dergi denebilecek süreli yayınlar ise, ancak 17. yüzyılın başında ortaya çıkmıştır. "Dergi yapısına sahip yayınların ilk bilinen örneği, 1663–1668 yılları arasında Almanya Hamburg'da aylık olarak yayınlanmış *Erbauliche Monats Unterredungen* (Örnek Aylık Düşünceler) adlı bilimsel içerikli bir yayındır."²

Kısa bir süre sonra bir çok Avrupa ülkesinde de benzer içerikli, daha çok bilimsel yazılar içeren süreli yayınlar basılmıştır. "Fransa'da 1665 yılında *Journal des Savans* (Bkz. 1. Görüntü), İngiltere'de *Philosophical Transactions of the Royal Society of London* bu tarz yayınlara örnektir." (İnuğur, 2002, s.58).

2 (Publishing Timeline [Dünya Basımcılık Çizelgesi], 2007)



1. Görüntü: *Journal des Savans* dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.

“Temeli yıllıklara (almanak) dayanan dergicilik tarihinde, *dergi (magazine)* adını ilk kez kullanan süreli yayın, 1731’de A.B.D.’de yayın hayatına başlayan *The Gentlemen’s Magazine*’ dir. Daha çok diğer yayınlanmış kitaplardan alınmış makalelerden derleme niteliğinde olan bir yayındır.” (Groosman, 1992, s.12) (Bkz. 2. Görüntü).



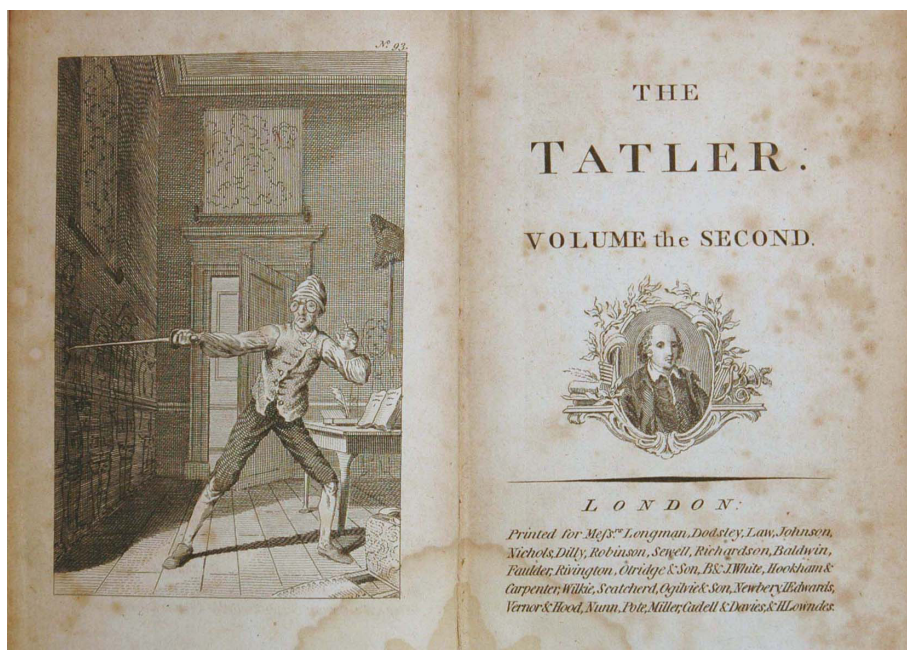
2. Görüntü: *Gentelmen's Magazine* dergisine ait kapak (1771) ve iç sayfa (2002) görüntüleri.

Sanayi devrimiyle birlikte, 18. yüzyıl başından itibaren okur-yazar oranının ve farklı konulara olan ilginin artışı, yeni yaşam şekli ile boş zamanların çoşması dergicilikte gelişmeyi sağlamıştır. Dergiler daha geniş okur kitlelerine ulaşmak amacıyla, eğlendirici haberler içeren, merak uyandıran konularda bilgiler veren bir yayıncılık anlayışını benimsemişlerdir. 1672’de *Mercure Galant* (Bkz. 3. Görüntü) ile başlayan basit edebi içerikli dergicilik de bu dönemde yaygınlaşmıştır.



3. Görüntü: *Mercure Galant* dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.

Aynı yıllarda Avrupa ülkelerinde de, bilimsel gelişmelere tartışma ortamı yaratmak ve meraklıları arasında iletişim kurmak amacıyla çok çeşitli dergiler yayımlanmıştır. İngiltere'de *Review* (1704-1713), *The Tatler* (1709-1711), *The Spectator* (1711-1714) (Bkz. 4. Görüntü) gibi kısa süreli yayımlanan düşünce dergileri, Almanya'da edebiyat ağırlıklı *Allegemeine Literatur-zeitung* (1785-1849), *Propylaen* (1789-1800); Amerika'da eğlence içerikli *American Museum* (1787-1793) ve *New York Magazine* (1709-1797) dönemin dergilerinden başlıcalarıdır (Aktaran: Tuncay, 1998, s.12).



4. Görüntü: *The Tatler* dergisi iç kapak sayfasına ait görüntü (<http://www.library.otago.ac.nz/exhibitions/18thc/cabinet11/>).

19.yüzyılda kentli nüfusun artmasıyla birlikte, okur-yazar sayısındaki artış, değişen yaşam şekilleri, özel zevklere ayrılan zaman, gelişmiş ülkelerde dergilere gösterilen ilgiyi arttırmıştır. Aile kavramının geçirdiği değişim ve okur yapılarındaki çeşitlilik

edebiyat, mutfak, moda, aile, çocuk gibi farklı konularda dergilerin yayımlanmasına neden olmuştur. Bu dergilerden bazıları; *Quarterly Review* (1809), *Harper's Bazaar* (1867) (Bkz. 5. Görüntü), *Vogue* (1892)'dur. "Bu dönemde bilimsel düşünceyi yaymayı amaçlayan *Nature* (1869) ve İngiliz yaşam biçimini alaycı bir dilde ele alan *Punch* (1841) (Bkz. 6. Görüntü) da yayın dünyasında önemli bir yer kazanmıştır." (Heller, 2003, s. 55).



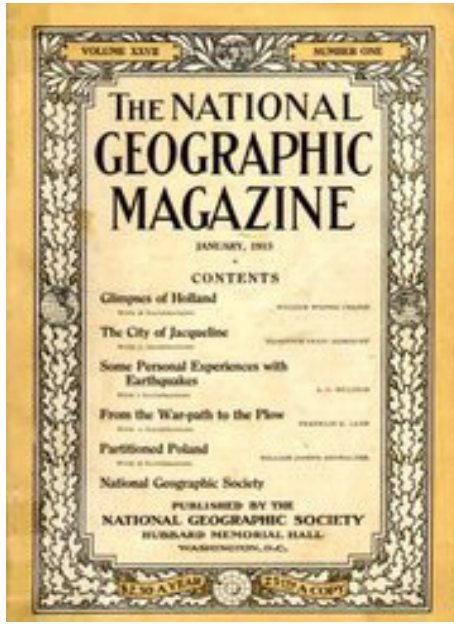
5. Görüntü: *Harper's Bazaar* dergisi 1867 yılına ait kapak ve iç sayfa görüntüsü.



6. Görüntü: *Nature* (1869) ve *Punch* (1841) dergilerine ait kapak görüntüleri.

Birinci Dünya Savaşı sonrasında hızlı bir siyasal ve toplumsal değişim yaşayan ülkelerde, haber alma, bilgi edinme amaçlı bir çok yeni dergi türü ortaya çıkmıştır. Günümüzde halen basılan *National Geographic* (1905), *American Time* (1923) gibi dergiler bu dönemin öne çıkan isimlerindedir (Bkz. 7. Görüntü).

“Renkli baskı sonrasında 1923’de 35 mm. Leica taşınabilir fotoğraf makinesinin icadıyla haber dergiciliği büyük değer kazanmıştır. *Life* (1936-1972,1978) (Bkz. 8. Görüntü) büyük boy fotoğrafları ile hemen her Amerikalının evine girmiştir.” (Heller ve Fink, 1993, s.28).



7. Görüntü: *National Geographic* (1915), *American Time* (1923) dergilerine ait kapak görüntüleri.



8. Görüntü: *Life* dergisi 1965 ve 1969 yıllarına ait kapak görüntüleri.

20. yüzyılda yüksek baskı sayılarına sahip ve reklam gelirlerine ağırlık veren dergiler, pazarlama kesiminin önemli parçası durumuna gelmişlerdir. Dergi tasarımlarına verilen önem artmış, dergilerde tüm sayfayı dolduran görüntüler, farklı sayfa düzenlemeleri, geniş alana yayılmış reklamlar yer almaya başlamıştır. Özellikle renkli baskıya geçilmesinde reklamcılarının önemli etkileri olmuştur. Etkileyici görüntülerle süslenmiş reklam sayfaları, sayfa tasarımlarında daha çekici bir anlayışı getirmiştir. Gelişen, güçlü ve çeşitliliği artan iletişim ortamları, dergi tasarımının önemini de arttırmış, dergilerde içeriğin oluşturulması, diğer yayınlar arasında konumlandırılması ve doğru görsel kimlik tasarımını gerekli hale getirmiştir.

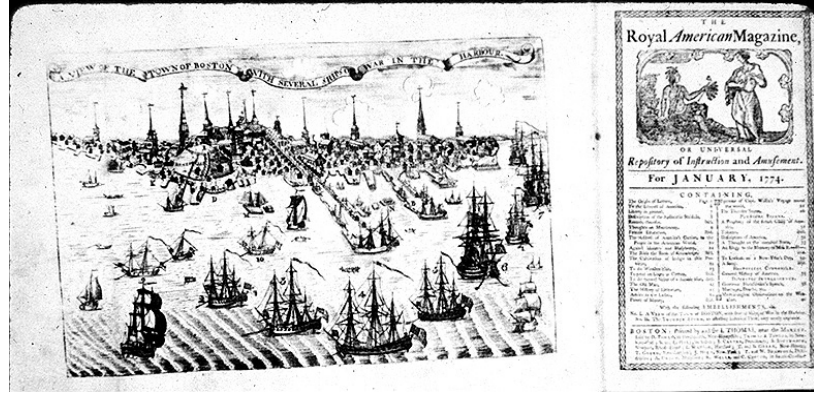
1.2 DERGİ TASARIMININ GELİŞİMİ

Dergi tasarımının gelişimi, kitap görüntüsünden farklı ancak gazete biçimine de dönüşmeden farklı bir görüntü - yazı birlikteliği oluşturma çabasında geçmiştir. İlk yayımlanan dergi tasarımlarında, başlıklar gazete başlıkları gibi kullanılmış, metinler ise çoğunlukla kitaplardaki gibi iki sütun halinde düzenlenmiştir. Görseller ve metin çok seyrek olarak aynı sayfada yer almış, çoğunlukla görsel öge ortada, metinler sağ ve sol sütun olarak görseli sarmalamış veya altında yer almıştır (Bkz. 9. Görüntü).



9. Görüntü: *Goodey's Lady Book* dergisinin iç sayfa görüntüsü.

Amerikan dergi yayıncılığının ilk zamanlarında görsel yaratıcılık, teknolojiyle sınırlıydı. Harf kalıpları, baskı makinası ve kağıt İngiltere'den ithal ediliyordu. Metal yerine ağaç baskı ile çoğaltılması, baskının kötü kalitede olmasına sebep oluyordu. Amerikan dergi yayıncılığında, *Royal American Magazine* (Bkz. 10. Görüntü0), toplam 15 sayıda, 22 kazıma resimleme kullanarak, derginin tamamlayıcı elemanı olarak ve düzenli biçimde resimleme kullanılmasının başlangıcını işaret eder (Grossman, 1992, s.12).



10. Görüntü: *Royal American Magazine* dergisinde basılan resimleme örneği ve iç sayfa görüntüsü.

Sanayi devrimiyle gelişen baskı teknikleri, kısa sürede çok sayıda baskı yapabilmeye olanağını doğurmuş, bu durum dergiler arasında rekabete neden olmuştur. Buna bağlı olarak farklı kimliklere sahip dergi tasarımlarına verilen önem artmıştır. Bu dönem bir çok önemli tasarımcı dergilerin görsel kimliklerinin oluşturulmasında katkıda bulunmuşlardır.

1893'de Aubrey Beardsley'in tasarladığı *The Studio*, *The Yellow Book* (Bkz. 11. Görüntü) ile, Will Bradley'in 1894'te tasarladığı *The Chap Book* ve *The Inland Printer* (Bkz. 12. Görüntü) dergileri dönemin farklı tasarımlara sahip örneklerindendir.

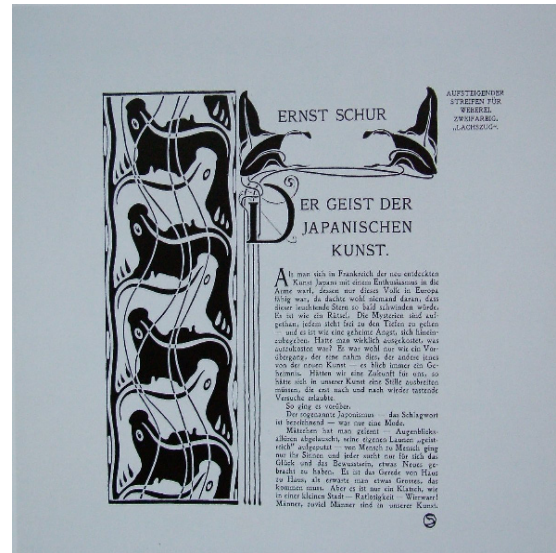


11. Görüntü: *Yellow Book* (1894) ve *The Studio* dergisi kapak görüntüleri.



12. Görüntü: *The Chap Book* ve *The Inland Printer* dergileri kapak görüntüleri (<http://www.willbradley.com/>).

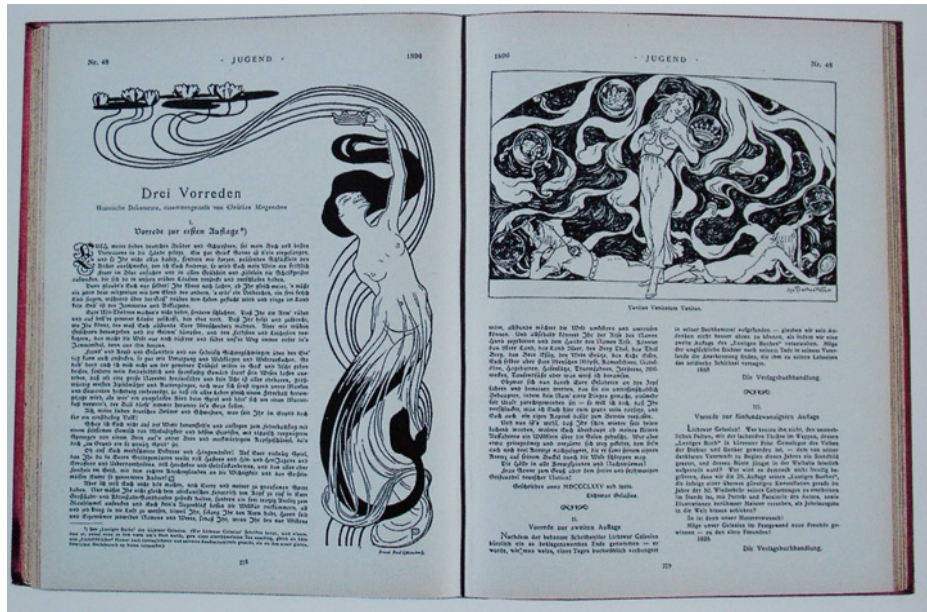
1898'den 1903'e kadar yayımlanan *Ver Sacrum* (Kutsal İlkbahar) dergisi, içeriksel özelliklerini genel tasarım anlayışına aktarması açısından, dönemin önemli isimlerindedir. O zamana kadar denenmemiş bir biçim olan, 28,5 x 28,5 cm boyutlarında kare tasarlanan dergide metin, resimleme ve kenar süsleri bir bütünlük içinde yerleştirilirken, sayfalardaki beyaz alan kullanımı dergiye ayrı bir nitelik kazandırmıştır. Renkli resimler, gravürler, taş baskılar her sayıda ek olarak verilmiş, tasarım estetiği gereği reklam verenlerin ilan sayfaları o sayıya özel tasarımcı kadrosu tarafından bütünlük oluşturacak şekilde hazırlanmıştır (Heller, 2003, s. 52) (Bkz. 13. Görüntü).



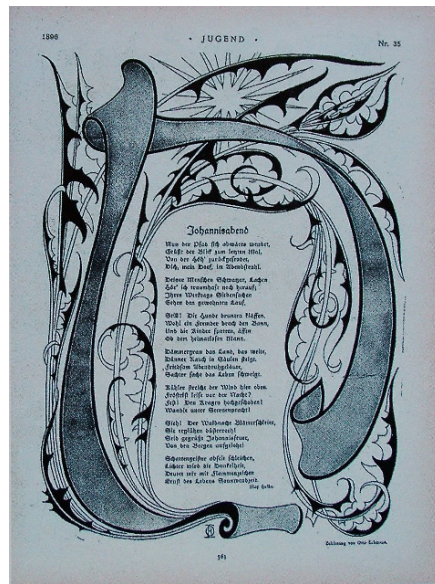
13. Görüntü: Koloman Moser tasarımı *Ver Sacrum* dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.

Art Nouveau, Almanya'da *Jugend* dergisi isminden esinlendiği Jugendstil (gençlik stili) adını almıştır. Haftada 30.000 kopya basılan ve büyük bir okur kitlesine sahip *Jugend*

dergisinde, dönemin avant-garde sanatçılarının resimlemelerine ve Art Nouveau biçimindeki süslemelere yer verilmiştir. Sanat ve eğlence içerikli dergicilik arasındaki boşluğu dolduran Jugend'in okur sayısı 200.000'i aşmıştır. Çoğu zaman iki tam sayfayı kaplayan, bazen metnin birlikte sayfanın altında veya üzerinde yatay konumda kullanılan resimlemeler derginin sayfa tasarımına zenginlik getirmiştir (Bkz. 14. Görüntü). Derginin en önemli özelliği de; her sayıda kapağı tasarlayan tasarımcının, derginin ismi olan Jugend logosunu da kapak tasarımıyla ilişkili olarak yeniden tasarlamasıdır (Meggs, 1998, s. 203) (Bkz. 15. Görüntü).



14. Görüntü: Jugend dergisi karşılıklı iç sayfa görüntüsü (Heller, 2003).



15. Görüntü: Jugend dergisi kapak ve iç sayfa görüntüsü (Heller, 2003).

Jugend dergisinin özgür tasarım anlayışının tersine Münih'te 1899'da yayımlanmaya başlayan *Die Insel* yazın dergisi, tek tip tipografik düzenlemeyi tüm dergi kapsamında uygulayan ve koruyan ilk yayın örneği olmuştur. Derginin tasarım danışmanı Jugendstil'in önemli isimlerinden Peter Behrens'tir.

1910–1920 yılları arasında Picasso, Braque, Malevich, Klee, Vasarely gibi birçok sanatçı yaratıcılıklarını yayımcılık alanında da göstermişlerdir. Bu yıllar Fütürizm'in tasarım alanında da etkisini hissettirdiği yıllar olup, dergi tasarımına dinamik bir biçem getirmiştir. 1913'te Giovanni Papini'nin (1881–1956) Floransa'da *Lacerba* adlı dergiyi çıkarmaya başlamasıyla tipografinin bir tasarım ögesi olarak çok farklı biçimlerde kullanıldığı çalışmalar ortaya konmuştur (Bkz. 16. Görüntü).



16. Görüntü: *Lacerba* dergisine ait kapak görüntüleri (Heller, 2003).

Avrupa'da toplumun yozlaşmasını, savaş, toplum, gelenek, din ve sanat gibi tüm değerleri protesto eden Dadaizm, etkisini dergi tasarımlarına da taşımıştır. Harf biçimleri Kübizm'e özgü görsel biçimlerde kullanılmış, tasarımlarda tipografik ve fotografik kolajlara yer verilmiştir. Dada hareketinin en önemli dergisi olan ve 1923'den 1932'e kadar 24 sayı basılan *Merz*'de tüm bu tasarım biçimleri uygulanmıştır (Bkz. 17. Görüntü).



17. Görüntü: El Lissitzky (1924) ve Kurt Schwitters (1925) tarafından tasarlanan *Merz* dergisi kapak görüntüleri (Heller, 2003).

1925 yılında işçi sınıfına seslenen dergilerden Sovyetler Birliğinde *AIZ* (*Arbeiter Illustrierten Zeitung*), İngiltere’de *WIN* (*Workers Illustrated News*) baskı sayısı en yüksek olan dergilerdir (Bkz. 18. Görüntü). *AIZ*’ın ağırbaşlı, simetrik düzenlemeleri ile diğer dergilerden tasarım anlamında ayrılan yönleri göze çarpmaktadır. 1930’da düzenlenen politik kampanyalar gereği derginin tasarım anlayışı da değişmiştir. Genel tasarımında daha sert bir biçim kullanarak, fotomontaj ve görüntü tekrarlarından oluşan sinemasal bir anlatım benimsenmiştir.



18. Görüntü: *AIZ* dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri (Heller, 2003).

Bauhaus'un temsilcilerinden Laszlo Moholy-Nagy ve Herbert Matter farklı bir tasarım anlayışı olan *form follows function* (şekil işlevi izler) anlayışı ile işlevsel olmayan süslemeci anlayışı reddetmişlerdir. Dergi tasarımını tüm öğeleri ile, (mimari bir bütünü oluşturur gibi) ele almışlardır. Herbert Bayer sayfa tasarımında kanava (grid) sistemini oluşturarak, dergilerin her sayıda görsel ve metinlerin aynı yapı üzerinde kurulabilmesi ilkesini benimsemiştir. Bu dönemin önemli dergisi *Bauhaus*' un sayfa tasarımlarında da bu sistem uygulanmıştır (Bkz. 19. Görüntü). Bayer'in tasarımlarında öne çıkan başlıca farklılıklar; vurgulanmak istenen başlıkların zemininde renk kullanılması ve bazı metin parçalarının 90 derecelik açıda döndürülmüş olarak kullanılmasıdır.



19. Görüntü: Herbert Bayer tarafından tasarlanan *Bauhaus* (1929) dergisi kapak görüntüleri (Heller, 2003).

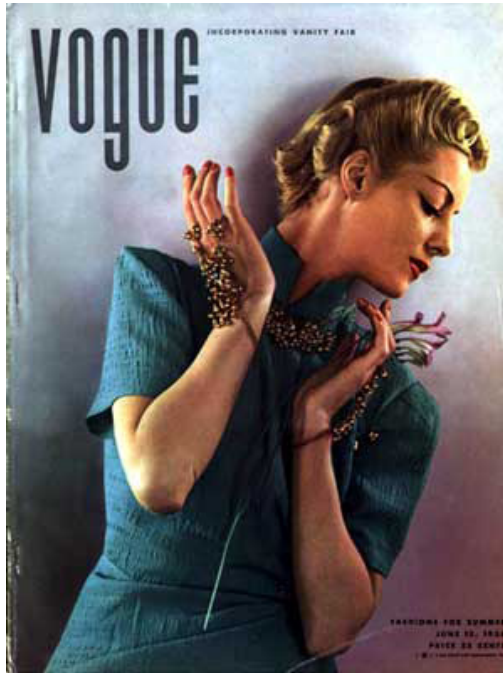
II. Dünya savaşı öncesi ve sırasında, Avrupa'daki hareketlilik, tasarımcıların A.B.D.'ye göçüne sebep olmuş, bu durum tasarımın merkezini Avrupa'dan Amerika'ya kaydırmıştır. "Bu dönemde özellikle Rusya doğumlu, Fransa'da eğitim almış Erte, Mehmed Fehmy Agha, Alexey Brodovich'in dergi tasarımındaki etkisi büyüktür." (Livingstone, 1994, s.302).

1928 - 1942 yılları arasında *Vogue* dergisinin tasarımlarını yapan Mehmed Fehmy Agha, modernist Avrupa tasarımının görsel dilini Amerikan dergi tasarımlarına taşımıştır. Dergi tasarımlarında boşluğu bir tasarım ögesi olarak etkin biçimde kullanan Agha, *Vanity Fair*, *House&Garden* (Bkz. 20. Görüntü) gibi dergilerin de tasarımcısıdır.



20. Görüntü: *Vanity Fair* (...) ve *House&Garden* (1934) dergisi kapak görüntüleri.

Mehmed Fehmy Agha, *Vogue*'un tipografik anlayışını sadeleştirerek, bir sisteme yerleştirmiştir. Sütun aralarında ve kenarlarındaki çizgileri atarak, sütunlar arası ve sütunların sayfa kenarına uzaklıklarını genişletmiştir. Başlıkların puntolarını küçülterek boşluk içinde küçük punto yazıların daha rahat okunabilirliğini savunan bir tasarım anlayışı benimsemiştir. Metnin gidişine göre görüntüleri art arda dizmiş, gereken yerlerde silme fotoğraf kullanmıştır (Owen, 1991, s.56) (Bkz. 21. Görüntü).



21. Görüntü: *Vogue* dergisi 1936 ve 1942 yıllarına ait kapak görüntüleri.

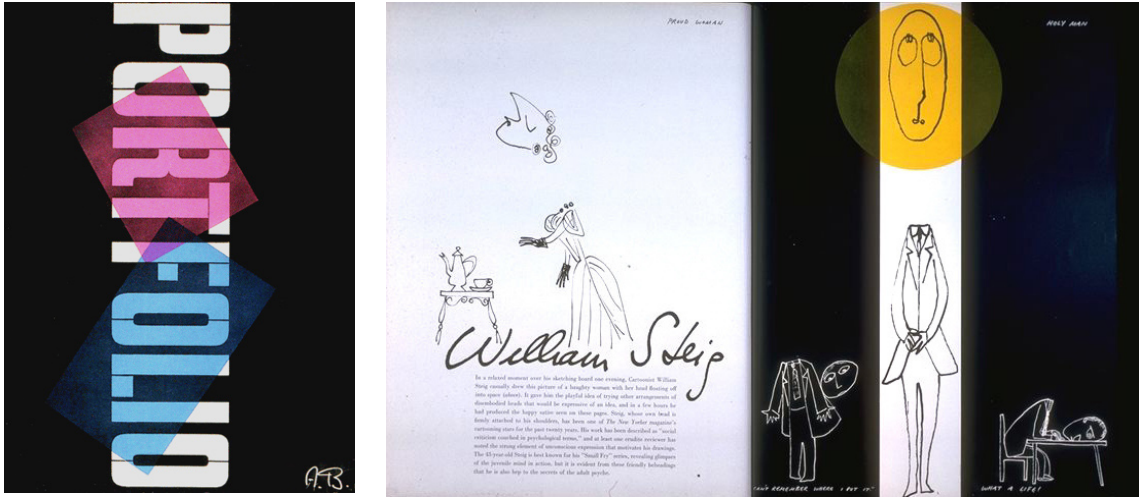
Bu dönemin diğer önemli ismi tasarımcı Alexey Brodovich'dir. Büyük beyaz alanlarda kullandığı keskin yazı karakterleri ve etkili görsellikteki metin düzenlemeleri ile dergi tasarımında yeni bir soluk olan Brodovich, *Harper's Bazaar* (1923) dergisini, geleneksel kadın dergisi imajından kurtarıp kaliteli bir moda dergisi haline getiren kişi olmuştur (Bkz. 22. Görüntü).



22. Görüntü: *Harper's Bazaar* (1938) dergisi kapak görüntüleri.

Alexey Brodovich, 1923'ten itibaren 25 yıl *Harper's Bazaar* dergisinin tasarımcısı olarak görev yapmıştır. Derginin tasarımındaki en önemli başarısı; yan yana sayfaları bir bütün olarak ele alarak derginin sayfaları arasında ritim oluşturmaktır. Sayfa içindeki fotoğrafları zaman zaman dekupe (bir objenin etrafı yokmuş gibi temizlenmesi) ederek, yansımalar ve görüntü tekrarı biçimlerinde kullanmıştır. Çekilen fotoğraflarda farklı çekim açıları arayarak, etkileyici kadräjlara yer vermiştir (Owen, 1991, s.46-47).

Brodovich'in tasarladığı diğer bir dergi, görsel sanatlar içerikli *Portfolio*'dur (Bkz. 23. Görüntü). 1950-1951 yılları arasında yalnızca 3 sayı basılan ve kısa ömürlü olan *Portfolio*'da yarı geçirgen kağıtlar, katlamalı sayfalar gibi farklı tasarım denemelerine yer verilmiştir. Dergi kapağında kullanılan şablon biçiminde tipografik düzenleme üzerindeki pembe ve mavi kutular, kapakta filtreler ile yaratılmış görsel bir yanılsama sağlamaktadır. Benzer etki iç sayfalarda da devam etmektedir.



23. Görüntü: *Portfolio* (1950 Kış) dergisi 1.sayısına ait kapak ve iç sayfa görüntüleri (<http://wally.rit.edu/cgi-bin/swish/designswish.pl>).

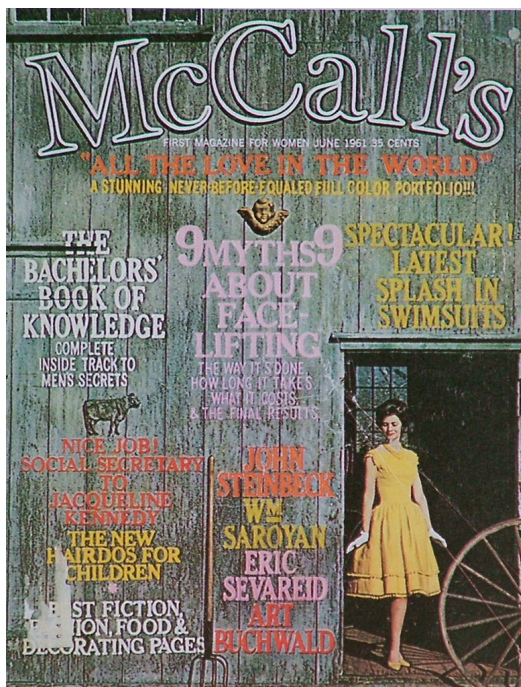
“Brodovich’in dergide renk ve doku kullanımı sıradışıdır. Dergi sayfalarının baskısının yapıldığı beyaz yumuşak kağıtla karşıtık oluşturacak şekilde, renkli dokulu sert özel kağıtlar kullanmış, büyük görselleri boşluk içinde dinamik bir biçimde yerleştirmiştir.” (Livingstone, 1994, s.310) (Bkz. 24. Görüntü).



24. Görüntü: *Portfolio* (1950) dergisine ait iç sayfa görüntüsü.

Alexey Brodovitch 1940–1950 arasında önceleri evinde daha sonraları New School for Social Research’de dergi tasarımı konusunda dersler vermiştir. Brodovitch’in bu çalışmaları özellikle dergilerde sayfa düzenlemelerinde tasarım ağırlıklı ürünlerin ve çok sayıda tasarımcının yetişmesine öncülük etmiştir. Bu isimlerden Otto Storch, Henry Wolf 1950’lerde dergi tasarımının en parlak yıllarını yaşamasına katkıda bulunmuştur.

Otto Storch Brodovitch’in desteğiyle Mc Call’s (1954) dergisinin sanat yönetmenliğine getirilmiştir. Dergide kullandığı silme fotoğrafların sadece güzel değil, konuyu en iyi biçimde anlatmasına özen göstermiştir. Yazıyı sayfa içinde zaman zaman köşeye sıkıştırmış bazen de görsel öğelerle birleştirerek adeta resimlemenin parçası gibi kullanmıştır (Bkz. 25. Görüntü).



25. Görüntü: Mc Call's (1954) dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.

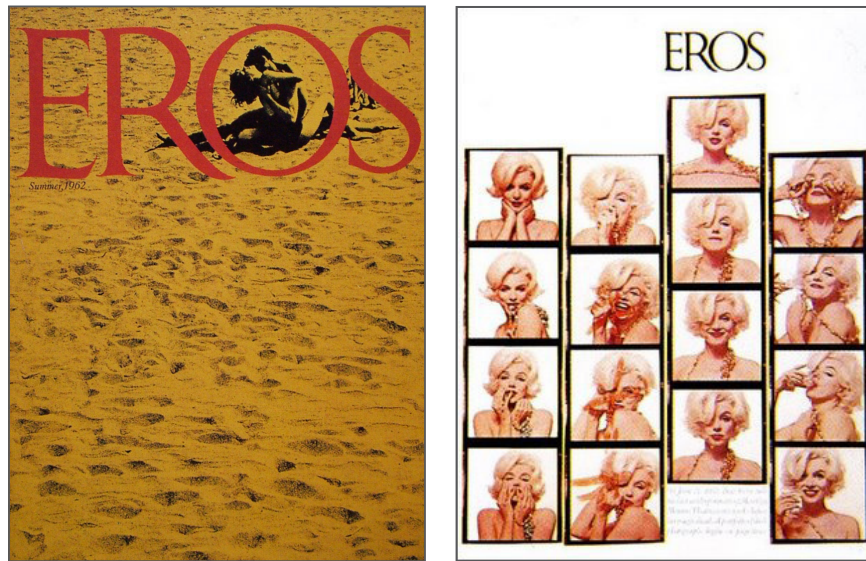
1958’de Brodovich’in emekliliğinden sonra Henry Wolf, devraldığı Harper’s Bazaar dergisini görsel açıdan yükselere taşımıştır (Livingstone, 1994, s.347). Fotoğrafın görsel etkisine göre yerleştirilmiş metinlere ve güçlü siyah-beyaz ilişkisine sahip sayfalar tasarlamıştır.

Show, Esquire (Bkz. 26. Görüntü) gibi dergilerin sanat yönetmenliğini de yapan Wolf, fotografik resimlemeyi kavramsal olarak kullanarak, içeriği yaratıcı biçimde kapağa taşımasıyla dergi kapak tasarımına farklı bir bakış açısı getirmiştir (Grossman, 1992, s.18).



26. Görüntü: *Esquire* dergisi 1955 yılına ait çeşitli kapak görüntüleri.

1960'larda fotodizgi tekniğiyle harflerin büyüklüklerinde ve harf arası boşluklarda farklı düzenlemelerin yapılabilmesi dergi tasarımlarına da yenilik getirmiştir. "Herb Lubalin bu teknikle tasarladığı *Eros* (Bkz. 27. Görüntü) dergisinde ölçek farklılıkları, görsel kontrastlıklar ve boşluk kullanımıyla derginin görsel akışına yeni bir düzenleme getirmiştir." (Bektaş, 1992, s.154).



27. Görüntü: Herb Lubalin tarafından tasarlanan *Eros* dergisi kapak görüntüleri.

Herb Lubalin yazı karakteri seçiminin, içeriği yansıtması gerektiğini ve harflerin, sözcüklerin görsel biçimi yansıtacak şekilde yerleştirilmesi gerektiğini savunmuştur. Bu anlayışla *Eros* dergisinde dar, tırnaksız yazı karakterlerini aşırı büyük biçimde, zarif eski biçem yazı karakterleriyle bir arada kullanmıştır (Livingstone, 1994, s.357).

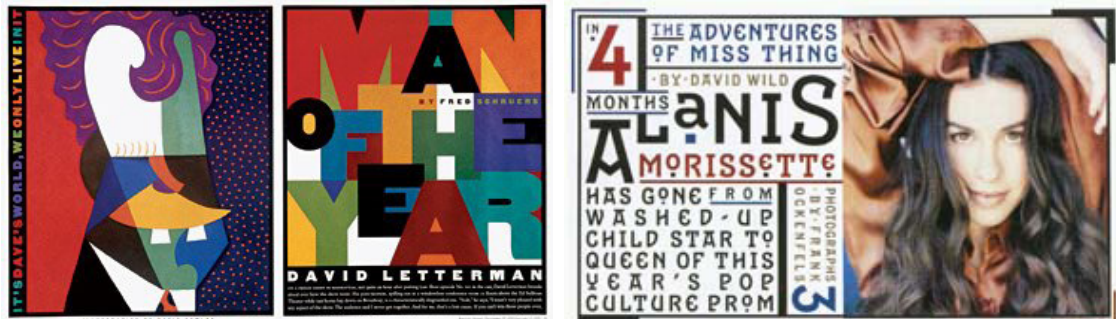
II. Dünya Savaşı yıllarında, dergicilik Avrupa'da duraklarken, ABD'de en parlak dönemini yaşamıştır. 1970'lerin başında, A.B.D.'deki ekonomik krizin etkilerine kadar dergi tasarımı gelişmesini, yenilenmesini sürdürmüştür. Bu dönemde dergiler

daha düşük gramajlı kağıtlara daha küçük boyutlarda basılmaya başlanmıştır. Fotoğraf kullanımı ve sayfa sayıları azalmış, tasarımcılar değişen koşullara göre dergi tasarımlarını elden geçirmek zorunda kalmışlardır. Aynı dönemde hippie kültürü ve demokratikleşme hareketinin kararlı tavrını yansıtan gençlik ve müzik dergileri öne çıkmıştır. John Gooch tarafından tasarlanan *Oz* ve Fred Woodward tarafından tasarlanan *Rolling Stone* dönemin farklı tasarım anlayışlarıyla en bilinen örneklerindedir (Bkz. 28. Görüntü).



28. Görüntü: *Oz* ve *Rolling Stone* dergisi kapak görüntüleri.

Özellikle *Rolling Stone* dergisi (Bkz. 29. Görüntü) ile fotoğraf ve resimleme tekrar öne çıkmış, dalgalı ve kıvrık çizgiler, neredeyse okunamaz yazıların kullanımı dergi tasarımlarında etkili olmuştur. Kolajla bir araya gelen görsel öğeler, şablonla yazılmış gibi görünen yazı karakterleri ile çabucak yapılmış duygusunu yansıtan tasarımlar çoğalmıştır.



29. Görüntü: Fred Woodward tasarımı *Rolling Stone* dergisi iç sayfa görüntüleri.

Ekonomik kriz sırasında A4 boyutuna inen *Esquire* dergisinin tasarımını üstlenen Milton

Glaser, küçük ama daha çok sayıda kullandığı fotoğraflar ile 3 sütunlu, az boşluklu yeni bir tasarım biçimi uygulamıştır (Glaser, 1983, s.191) Glaser'in tasarladığı diğer dergiler, *New York* (Bkz. 30. Görüntü) ve *Paris Match*'dir.



30. Görüntü: Milton Glaser tarafından tasarlanan 1974 yılı *New York* dergisi kapakları.

Glaser, *Paris Match*'in önce formatını değiştirip kare biçiminde kullanmıştır (Bkz. 31. Görüntü). Satışları % 20 arttıracaklarını söyleyerek dergi adının yanına "Yeni" sözcüğünü eklemiş bunu logonun yanında sarı bir üçgen içerisinde vurgulamıştır. Eski düzenlemede sayfadan sayfaya çeşitlilik gösteren tasarım anlayışını tutarlı bir hale getirmiş. Glaser, "bütün konu başlıklarında aynı yazı karakterini kullanmanın okurun dikkatini derginin düzenlemesinden çok konuya çekeceğini savunmuş, her sayfada bold gothic harflerle yazılmış başlıklar kullanarak, tek biçimli bir düzenleme ile dergiyi yeniden kurgulamıştır." (Glaser, 1983, s.201)



31. Görüntü: *Paris Match* (1955) dergisi kapağı ve Glaser tarafından tasarlanan 1975 yılı kapak görüntüsü (<http://www.trussel.com/maig/covers/match73b.jpg>).

Dergi tasarımında toplumsal hareketlerin etkilerinden biri sayılan sokak kültürünün bir yansıması olan Punk kültürünün grafik tasarıma yansımaları o dönemin dergi sayfalarında da görülmektedir. Neville Brody'nin tasarladığı ve tipografik açıdan döneminde çığır açan *The Face* dergisinde, sadece o dergiye özel tasarlanan yazı biçimiyle özgün bir görsel kimlik yaratılmıştır (Bkz. 32. Görüntü). Neville Brody, *The Face* dergisinde yazının göz ve zihin arasında oluşan yöneltme hareketleri sebebiyle dinamik ve etkili olduğunu vurgulamaktadır. Brody; “tipografinin yöneltme özelliği bilinen yöntemlerden satır başında büyük harf kullanımıyla sağlanabileceği gibi soyut biçimlerin kullanımı, metin içindeki bir kaç sözcüğün abartılı büyüklükteki tasarlanmasıyla da dikkat çekici biçimde kullanılabilir. Her sayfanın ayrı bir anlatım olduğunu, bu nedenle ardı ardına gelen sayfalardaki içeriğe göre farklı biçimlerde oluşturulan başlıklarla okura yeni bir konuyla karşı karşıya olduğunun biçimsel olarak iletilmesi gerektiğini” aktarmaktadır (Wozencroft, 1997, s.12).



32. Görüntü: *The Face* dergisi Mart 1985 yılı kapak ve iç sayfa görüntüleri (Wozencroft, 1997, s.121)

“1987 - 1990 yılları arasında yayımlanan *Arena* (Bkz. 33. Görüntü), Brody'nin tüm başlıklarda Helvetica yazı biçimi kullanarak stil ve dekorasyonu yadsıyarak, tasarımın önemini göstermek istediği bir yayın olmuştur.” (Poynor, 1992, s.60). Brody'nin 1990'lı yılların başında yayımlanan kadın dergisi *Lei*, erkek dergileri *Per Lei* ve *Actuel*'de kullanılan yazı karakterleri ve tipografik düzenlemeleri oldukça etkilidir. “Modernistlere göre harf sadece ve sadece okumaya hizmet ederken, Brody ve arkadaşları buna karşı çıkarak yazı karakterlerinin ifade gücünü irdelemektedir.” (Tansel ve diğerleri, 1995, s.70).



33. Görüntü: 1986 yılı *Arena* dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.

1980'lerden sonra bilgisayarın grafik tasarım alanına girmesi dergi tasarımlarına ve üretim aşamasına bir çok yenilik getirmiştir. 1983'de Rudy Vanderlans bilgisayarlı olarak tasarladığı yazı karakterlerini font adı altında *Emigre* (Bkz. 34. Görüntü) dergisinde kullanmıştır. Derginin tipografik düzenlemesi oldukça farklı, çarpıcı ve gelenekselden uzaktır. Vanderlans, *Emigre*'nin tasarımına deneysel olarak yaklaşmış ve çağdaş-yenilikçi bir üslup izlemiştir.



34. Görüntü: *Emigre* dergisi kapak ve iç sayfa görüntüleri.

Emigre'nin 15. sayısında tam bir sayfa, belki 12-13 satır uzunluğunda, Totally Gothic'le yazılmış bir metin var. 24 punto. Bazılarına göre bu sadece başlıklarda kullanılabilir. Sadece çok uzak bir başlık. Söylemek istediğim, yazının görüntüsü hakkında verdiğim kararlar, insanların geleneksel olarak başlık ve metin arasında olması gerektiğini düşündüklerine bağlı değil. Ben sadece sağ duyumu kullanıyorum, ya da kullanmaya çalışıyorum... Bu 12 satırı insanların bir saniye de okuyabilecekleri şekilde tasarlamak zorunda değilim. Yolda giderken okuyabildikleri bir billboard yazısı değil bu çünkü, ben hem yaptığım tasarımın insanların ilgisini çekmesini, hem de o metni unutulmaz yapmayı başarmak istiyorum (Thrift, 1992, s.10).

20.yüzyıl son çeyreğinde dergi tasarımında da tipografinin okunurluluk ilkesini zorlayan deneysel yaklaşımlar devam etmiştir. David Carson'un tasarladığı *Ray Gun* (Bkz. 35. Görüntü), Rolling Stone'a rakip olarak çıkmış alternatif bir müzik dergisidir. Carson, *Ray Gun* sayfalarındaki makaleleri anlaşılmağına varan bir tipografiyle tasarlamış, yaşamın hareketliliğini, kabalığını, görsel ve işitsel gürültüsünü film karelerini andıran fotoğraflarla ve imgeleri ard arda kullanarak aktarmaya çalışmıştır.



35. Görüntü: David Carson'un tasarladığı *Ray Gun* dergisi kapak görüntüleri.

Avrupa ve Amerika'da dergiler teknolojik gelişmeler, farklı içerikler ve okur profilleri sayesinde gelişimini günümüze kadar çok hızlı bir şekilde sağlamışlardır. Artık dergiler biçim ve içerikleriyle daha zengin, tasarımlarıyla daha etkileyici boyuta ulaşmışlardır.

1.3 TÜRKİYE'DE BASILI DERGİ YAYIMCILIĞI

Türk basın tarihinde gazetecilik kadar eski olmasına karşın dergicilik, kentleşmedeki gecikme ve okuma yazma alışkanlığının yerleşmemesi gibi nedenlerle hızlı bir gelişme

gösterememiştir. İlk dergilerin hemen hepsi İstanbul'da basılıp dağıtılan, çoğu fen bilimleri, askeri veya tıp alanındaki gelişmeleri haber veren aylık mesleki yayınlar şeklindedir. Eğitimin yaygınlaşmasıyla dergilerin sayısı, çeşitliliği artmış, yayımlanma süreleri sıklaşmıştır. Gazetelerden daha düşük bir bütçe ve ekiple yayımlanan dergiler, uzunca süre okuru eğlendirmekten çok, eğitime ve bilgi aktarma aracı olarak görülmüştür.

1831'de II.Mahmud'un yeniliklerinden biri olarak ortaya çıkan Takvim- i Vakâyi, devlet politikasının halktan açıkça destek aramasının ilk göstergelerindendir (Bkz. 36. Görüntü). "Sonraki yıllarda 1840'da ilk özel gazete sayılan *Ceride-i Havadis*, 1849'da ilk meslek dergisi *Vakayi-i Tıbbiye*, 1860'ta *Tercüman-ı Ahval*, 1861'de *Tasfir-i Efkâr*, Osmanlı topraklarında Türkçe yayın yapmaya başlamışlardır." (Türkoğlu, 1995, s.4).



36. Görüntü: *Takvim- i Vakâyi* gazetesi ön sayfa görüntüsü.

26 Mart 1849'da yayımlanan *Vakkayi-i Tıbbiye*, Türkçe ve Fransızca olarak yayınlanmıştır. Mekteb-i Tıbbiye-i Şahane Nezareti adına Hekimbaşı Abdülhak Molla Babıalî'ye dergi çıkarma izni verilmesi için başvurmuştur. Başvuruda derginin, ülke içindeki tıp olaylarını açıklaması, yurt dışındaki gelişmelerle ilgili çevirilere yer verilmesi, halk sağlığı, ilaçlar ve tıbbi gereçler üzerine yayın yapılabilmesi amacıyla çıkarılacağı açıklanmaktadır. Taşbaskı yöntemiyle 2–4 sayfa olarak basılan dergi, 600 kadar aboneye gönderilmiştir. Görüntü basan ilk Türkçe süreli yayın olması yönünden de tarihte önemli bir yayındır (Kabacalı, 2000, s.69).

İkinci dergi, 12 yıl sonra Temmuz 1862'de, Cemiyet-i Osmaniye (Osmanlı Bilim Derneği) tarafından yayınlanmıştır. *Mecmua-i Fünun* adındaki aylık dergi, sadece Türkçe olarak yayımlanan ve dergicilik alanında ansiklopedik özelliklerin görüldüğü ilk dergidir. Dergide, dönemin bilim adamlarının jeoloji, fizik, biyoloji gibi bilim dallarını tanıttıkları makaleleri yer almaktadır. İlk 33 sayısı düzenli olarak çıkan dergi, cemiyetin düştüğü parasal sıkıntılar ve İstanbul'daki büyük kolera salgını nedeniyle yayın hayatına ara vermiş, 1866 da yeniden çıkmıştır. Cemiyetin dağılmasıyla 1867'de dergi kapanmıştır. Çağdaş batı düşüncesini yansıtmaya ve yeni terimleri tanıtmaya nedeniyle *Mecmua-i Fünun* dergicilik tarihinde önemli bir yayındır. "1868'de yayımlanan *Mirat* ise resimli ilk Türkçe dergi olma özelliği ile bilinmektedir." (Türk Dili ve Edebiyatı Ansiklopedisi, C.2, s.249).

1860'lı yıllarda Türk basını İstanbul'da hızla gelişmeye ve yayılmaya başlamıştır. Dergi ve gazete sayılarının hızla artışıyla beraber, basınla ilgili işlerin düzenlenmesi amacıyla Matbuat Umum Müdürlüğü kurulmuştur. "Fransız Basın Yasası, Türkçeye çevrilerek 1864'de Matbuat Nizamnamesi adıyla yürürlüğe konmuştur. Hükümetin basın özgürlüğünü ortadan kaldıran bu tutumu, 1867'de yayımlanan Ali Kararname ve 1876'da sansür uygulamaları ile devam etmiştir." (Topuz, 1996, s.49).

Bu dönem kısa bir duraklamayı beraberinde getirmiş, sonrasında 1879'da gazeteler kayıt altına alınınca dergi ve kitap yayınında büyük artış görülmüştür. Bu dönem dergileri; çocuk, yazın, siyaset, bilim, fen gibi konuları içermekte, günah olduğu için yasaklanarak korunan (tabu) dini içerikli yazılara yer verilmemektedir.

Başlangıcından 1871 yılına kadar olan dönemde çıkan dergiler seçkin bir kesime yöneliktir ve Batıya açılma sonucu elde edilen bilgilerin aktarılması amacıyla şekillenmektedir. Daha çok tıp, fen, askerlik ve eğitim gibi konulara yer verilmiştir. *Dağarcık* (1872) dergisi bu yapıyı kırarak dergilerin daha geniş kitlelere açılmasını sağlamıştır. Dönemin diğer önemli gelişmelerinden birisi de kenar süsü olarak uygulanan görüntü ve karikatürlerin artık dergilerde bağımsız olarak kullanılmasıdır. Bu akımın öncüsü ise, 1869'da yayımlanan *Diyojen* isimli mizah dergisidir (Bkz. 37. Görüntü).

37. Görüntü: *Diyogen* dergisi giriş sayfası görüntüsü.

1878'de II. Abdülhamit'in gazetelere sansür uygulaması, dergicilikte hareketlenmeye yol açmıştır. 1880'de çıkan *Mecmua-i EbuZZiya* özenli baskı ve içeriği ile dikkatleri çekmiş, duyuru biçimindeki yazıları ile reklam kullanımını alanında bir ilk olmuştur. 1891'de çıkan "Servet-i Fünun", döneminin önemli düşün ve yazın dergisi olmasıyla öne çıkmaktadır. Harf devriminden sonra *Uyanış* adını alan derginin, o dönemdeki dergilerin "siyasetten başka her konudan bahseder" anlayışının yıkılmasına katkısı büyüktür.

"II. Meşrutiyetle oluşan özgürlük ortamı, özellikle basından sansürün kaldırılışı gazete ve dergi sayısında artışa yol açmıştır. 25 Temmuz 1908'de Türk basın dünyası 30 yıl aradan sonra ilk kez sansürsüz yayınlanmaya başlamış, ilk iki ay içinde 200'ün üzerinde gazetenin yayın izni alınmıştır." (Topuz, 2003, s.82).

Bu dönemde özellikle sanat, müzik ve düşün ağırlıklı dergiler açısından verimli bir dönemdir. *Cem*, *İncili Çavuş*, *Boşboğaz* ve *Gülfabi*, *Dalkavuk*, *Gıdık*, *Geveze*, *Eşek* gibi çok sayıdaki mizah içerikli dergi süreli yayınlar içerisinde ilk sırayı almıştır. Ayrıca çocukların genel kültürünü arttırmaya yönelik birçok dergi bu dönemde kendini göstermiştir. 1909–1910 yılları arasında yayımlanan *Arkadaş* dergisi de bu türün öncülerindedir. Cumhuriyet döneminde ilk magazin içerikli dergiler *Cüzdan*, *Şehbal*, *Sevimli Ay*, *İnci*

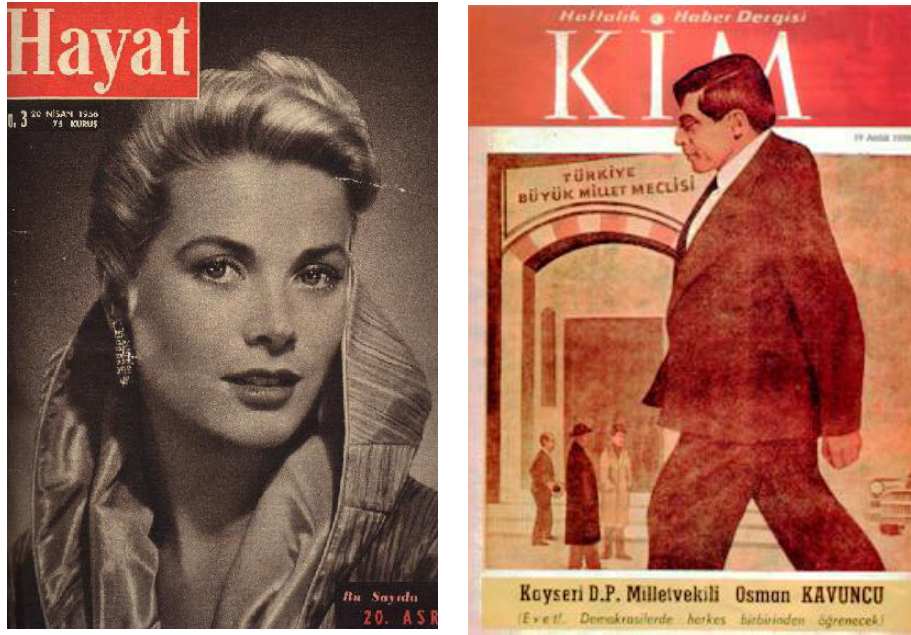
ve *Yeni Gün* (Bkz. 38. Görüntü) yayımlanmıştır. Belirli bir konuya ağırlık vermeden yazın ve düşünce yazılarının yanı sıra sıradan haberleri de konu alan *Cüzdân*, basın dünyasına birçok yazar kazandırmıştır.



38. Görüntü: *Sevimli Ay* (1926) ve *7 Gün* (....) dergileri kapak görüntüleri.

1950'lerde tıfdruck³ baskı tekniği sayesinde, dergiler daha iyi kalite kağıda çok sayıda basılmış ve büyük boy fotoğrafların kullanıldığı sayfalar göze çarpmıştır. *Resimli Hayat* (1952) ve *Hayat* (1956) dergileri bu değişikliğin öncülerindedir. Özellikle *Hayat* dergisinde tarih, güncel konular ve sanat alanında çok çeşitli yazılar yayımlanmıştır. Poster niteliğindeki orta sayfa resimleri bir çok evde duvarları süslemiştir. Derginin tasarımında yabancı dergilerden esinlendiği söylene de, birçok Türk dergisine tasarım anlamında öncülük etmiştir. 1954'de arka arkaya çıkan ve güncel içerikli *Akıs*, *Devir*, *Kim* dergileri yepyeni bir dergicilik anlayışının kaliteli örnekleri arasındadır (Bkz. 39. Görüntü).

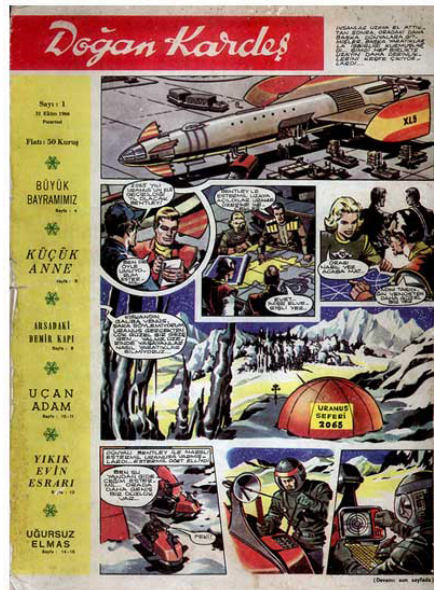
3 Tıfdruck: "Ambalaj ve yüksek tirajlı işlerin baskısında tercih edilen, yüksek kaliteli çukur baskı tekniği ." (Mazlum, 2006, s.169).



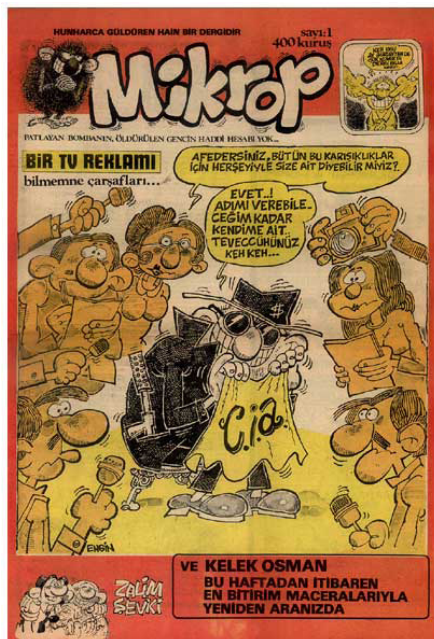
39. Görüntü: *Hayat* ve *Kim* dergisine ait kapak görüntüleri.

1960–1970 döneminde tipo baskıdan ofset baskıya geçilmesi, siyah-beyazdan çok renkli fotoğrafların kullanımı, elektronik dizgi makineleri ve pikaj-montaj servislerinin çoğalmasıyla gelişen teknoloji, basının gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur. Bu dönemde baskı teknolojileri ve kullanılan kağıt çeşitliliği, dergi tasarımlarına az da olsa rahatlama getirmiştir. *Ortam*, *Yankı*, *7 Gün*, *Devir* dönemin haftalık haber, siyasal ve güncel içerikli dergileridir.

Gırgır mizah - eğlence, *Milliyet Sanat* düşünce - sanat, *Doğan Kardeş* ise dönemin çocuk dergilerindedir (Bkz. 40. Görüntü). 1980 askeri darbesi sonrasında içeriğiyle daha hafif konulara değinen, siyasi konulardan uzak duran *Mikrop*, *Kadınca*, *Erkekçe* (Bkz. 41. Görüntü) gibi dergiler çoğalmıştır.

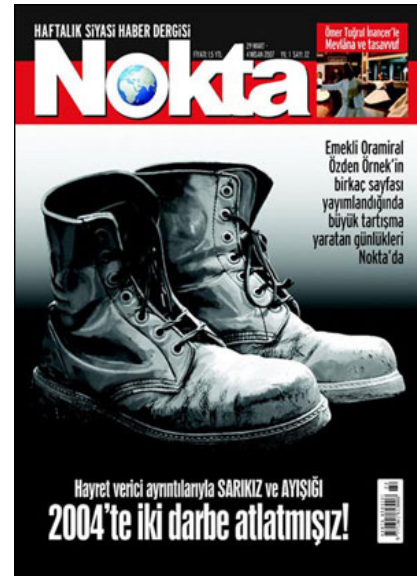


40. Görüntü: *Doğan Kardeş* ve *Gırgır* dergileri kapak görüntüleri.



41. Görüntü: *Mikrop* ve *Erkekçe* dergileri kapak görüntüleri.

Aynı dönemde haftalık dergi olarak piyasaya çıkan *Nokta*, 26. sayısından sonra, "Siyasi - Aktüel - Magazin Dergisi" niteliğini almıştır (Bkz. 42. Görüntü). Artık dergiler geçmiş haftanın haberlerini derleyip özetlemekten çok, kendi haberini kendisi üreten, gazetelerin yazmadığı haberlerin perde arkasını araştıran, cinsellikten, din'e kadar çok çeşitli konuyu ele alan bir biçimde yayın yapmışlardır. Haberdan konuya yönelim şeklindeki bu işleyişin toplum tarafından benimsenmesiyle peş peşe *Yeni Gündem*, 2000'e *Doğru*, *Tempo*, *Aktüel* gibi çok sayıda güncel dergi yayınlanmıştır (Bkz. 43. Görüntü).



42. Görüntü: Farklı yıllara ait Nokta dergisi kapaklarına ait görüntüler.



43. Görüntü: Aktüel ve Tempo dergilerine ait kapak görüntüleri.

Türkiye, Avrupa'nın 19.yüzyılda sahip olduğu teknik olanaklardan ancak 1980'li yıllarda yararlanabilmiştir. Gelişen teknoloji, bilgisayarın kullanımı, dergi kapağı ve sayfa tasarımı alanında uzman kişilerle çalışılmasını beraberinde getirmiştir. Bunun sonucunda daha renkli, kaliteli ve ilgi çekici dergiler raflarda görülmeye başlanmıştır. Bir çok dergi, modern zamana ayak uydurma ve görsel kimlik yaratma kaygısıyla var olan yapılarını sorgulayıp kimlik arayışlarını günümüze dek sürdürmüşlerdir. Bunlardan biri *Sanat Dünyamız* (Bkz. 44. Görüntü) dergisidir. 1976'da ilk kez basılan derginin logosu belirli aralıklarla değişim yaşamıştır. Bu değişim, derginin boyutu, kapağı ve iç sayfa tasarımı ile devam etmiştir.



44. Görüntü: *Sanat Dünyamız* dergisi 1974 ve 1994 yıllarına ait kapak görüntüleri.

Dergilerdeki imaj yenileme kaygısına bağlı değişim; kimi zaman biçimsel olarak, kimi zaman da logo ve sayfa tasarımının değişmesiyle etkisini göstermişlerdir. Ülkemizde, günümüzün birkaç dergisi tasarımlarıyla görsel kimlik yaratmada başarılı olabilmişlerdir. Fakat çoğu zaman baskı sayısındaki kaygılar, yazı ve tipografiden çok diğer görsel öğelerin ağırlık kazanmasına neden olmuştur.

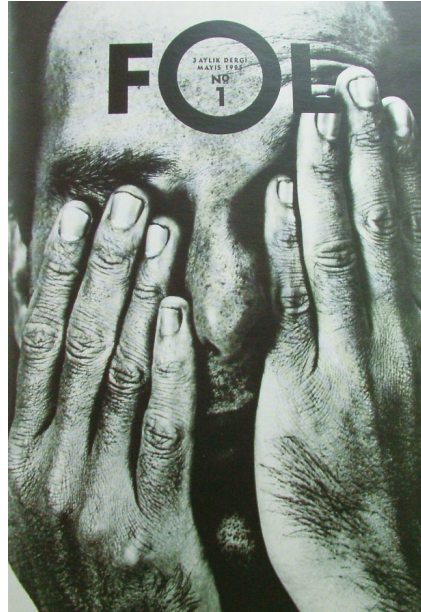
Günümüzde yayımlanan dergilerin kapak tasarımları içinde, görsel bütünlük, süreklilik ve tutarlılık açısından iyi örneklerden biri Bülent Erkmen'in tasarladığı *Arredamento Mimarlık* (Bkz. 45. Görüntü) dergisidir. 1989'da yayın hayatına *Arredamento Dekorasyon* olarak başlayan dergi, Türkiye'nin en uzun soluklu mimarlık dergisidir. *Arredamento*, sadece yapı ve inşaat sektörlerine değil, farklı tasarım, sanat ve kültür alanlarına da hitap etmekte, tasarım alanındaki gelişmeleri, yenilikleri okurlarına sunmaktadır.

Erkmen'in *Arredamento* kapakları bilinçli ve ölçülü bir tavırla tasarımcı tarafından, yıllar içinde geliştirilmiş, tasarım tutarlılığı hep korunmuştur. Dergiyi sürekli izleyen dikkatli bir okur, kapak tasarımındaki görsel yaklaşımın, yayın hayatı boyunca, derginin görsel birlik sürekliliğine zarar vermeksizin nasıl bilerek ve seçerek değiştirildiğini ve geliştirildiğini fark edecektir (Haydaroğlu (Ed.), 2001, s.19)



45. Görüntü: *Arredamento Mimarlık* dergisinin eski ve yeni kapak görüntüleri.

Tasarımı Hakkı Mısırlıoğlu tarafından yapılan *Fol* (Bkz. 46. Görüntü), içeriğiyle olduğu kadar boyutu ile de farklı görsel kimliğe sahip dergilerdendir. 100 sayfayı aşan düşün ve sanat alanındaki içeriğiyle, Türkiye’de yayımlanan en büyük boyut (37x50 cm) ve en ağır dergi olarak hatırlanmaktadır. Üç ayda bir yayımlanmış derginin ömrü kısa sürmüş, 9. sayıdan sonra baskısı yapılmamıştır.



46. Görüntü: *Fol* dergisine ait kapak görüntüsü.

Sanat dergileri arasında ilklerden olan *Milliyet Sanat Dergisi* (Bkz. 47. Görüntü), 1972'den bugüne dek yayımını sürdürmektedir. O yıllarda gazeteyle birlikte verilen dergi, gazete kağıdına basılmasına karşın görselliği yüksek, içerik açısından doyurucu bir yapıya sahiptir. Günümüzde aylık olarak yayımlanan ve bağımsız olarak satılan dergi, kuşe kağıda basılmakta ve daha çok popüler sanat-kültür haberleri içermektedir.



47. Görüntü: *Milliyet Sanat* dergisinin 1974 ve 2003 yılına ait kapak görüntüleri.

Dergilerde görsel kimliğin logodan boyuta, kağıt türünden tipografisine kadar her sayıda değişmesi seçilmiş bir tavır olabilmektedir. 1985-1989 yılları arasında 12 sayı yayımlanan, 1993'de 13. sayıyla biçim değiştirerek yayın hayatını sürdürmeyi bir kez daha deneyen *Grafik Sanatı* (Bkz. 48. Görüntü) dergisi böyle bir yolu seçmiştir. Derginin ilk 12 sayısı kare biçimde tasarlanarak, her sayı için farklı tasarımcı ve fotoğrafçılar ile çalışılmıştır. *Grafik Sanatı* dergisi, gerek kapak tasarımı gerekse iç sayfa tasarımıyla zamanının ilerisinde bir tasarım anlayışına sahiptir (Bkz. 49. Görüntü).

1.4 GÜNÜMÜZ BASILI GRAFİK TASARIM DERGİLERİ

Son yıllarda tasarım ana başlığı altında çeşitli konularda yayımlanan dergiler ile karşılaşmaktadır. Özellikle grafik tasarım, baskı teknolojileri, fotoğraf, ürün tasarımı, tipografi, sayısal tasarım, canlandırma gibi başlıklar altında sayısız dergi bulunmaktadır (Bkz. 2. Ek). Bu dergilerden içeriği ile okuru tatmin eden, baskı maliyeti ve satış sorunlarına yenik düşmeyenleri uzun yıllardır yayımlanabilmektedir. Yıllardır aynı kaliteyi bozmadan, dünyanın bir çok ülkesinde takip edilebilen grafik tasarım dergileri, tasarımcılar için en güncel kaynakları oluşturmaktadır. Sayısız yabancı grafik tasarım dergisinden *Graphis*, *Novum*, *Eye*, *How*, *Print*, *Communication Arts*, *Graphic DesignUSA* gibi isimler yıllardır dünyanın bir çok ülkesinden tasarım haberlerini ve çalışma örneklerini okurlara sunmaktadır. Çok sayıdaki grafik tasarım dergilerinden seçilen bir kaçı, ilerleyen alt bölümlerde kısaca incelenmektedir. İncelenen bu dergilerin seçiminde; farklı ülkelerden olması, uzun yıllardır aralıksız yayımlanması ve halen baskının devam ediyor olması etkili olmuştur. Seçilen bu dergilere göre çok daha genç olan *Grafik Tasarım* dergisi, Türk grafik tasarım dergiciliğinin tek temsilcisi olması sebebiyle incelemeye alınmıştır.

1.4.1 Grafik Tasarım

Sabri Varol öncülüğünde kurulan dergi günümüz Türk grafik tasarım süreli yayıncılığı alanında bir boşluğu doldurmuştur (Bkz. 50. Görüntü). Dergi'nin hedefi ilk sayısında, dünyanın çeşitli noktalarından farklı tasarımcıların bakış açılarını, görüşlerini sayfalarına taşımak olarak açıklanmaktadır. Aylık olarak yayımlanan derginin ilk sayısı Ekim 2006'da okurlara sunulmuştur.



50. Görüntü: *Grafik Tasarım* dergisi 3. ve 18. sayı kapak görüntüleri.

24x27 cm. ölçüleriyle kareye yakın bir boyuta sahip Grafik Tasarım dergisi ortalama 90 sayfa olarak yayımlanmaktadır. Her ay düzenli olarak basılan derginin ilk sayısı Ekim 2006'da yayımlanmıştır. Görsel iletişim kültürü dergisi olarak tanımlanan dergi, grafik tasarım süreli yayıncılığı alanındaki bir boşluğu doldurmuştur. Derginin hedefi "dünyanın çeşitli noktalarından farklı tasarımcıların bakış açılarını, görüşlerini sayfalarına taşımak olarak açıklanmaktadır. Ambalaj tasarımından resimlemeye, tipografiden etkileşim tasarımına kadar grafik tasarımın tüm dallarında çeşitli makale, inceleme ve röportajlar Grafik Tasarım dergisinin içeriğini oluşturmaktadır. Bunların yanı sıra dergide, sergi, etkinlik, yarışma haberleri ve tasarımcılara ait çalışma görüntülerine de yer verilmektedir.

Derginin sayfa tasarımı ve görsel düzenleme biçiminde sadelik ve devamlılık ilkesi benimsenmektedir. Sayfa tasarımında boşluk kullanımına verilen önem ilk sayısından son sayısına kadar dikkat çekmektedir (Bkz. 51. Görüntü). Sayfada 3 sütun biçiminde düzenlenen metin ve görüntülerde vurgular için parlak renk kullanımları gözlemlenmiştir. Zaman içerisinde yenilenen dergi logosu, eski tasarımın modern yapısından izler taşımamasına karşın, kapakta daha belirgin biçimde algılanmaktadır.

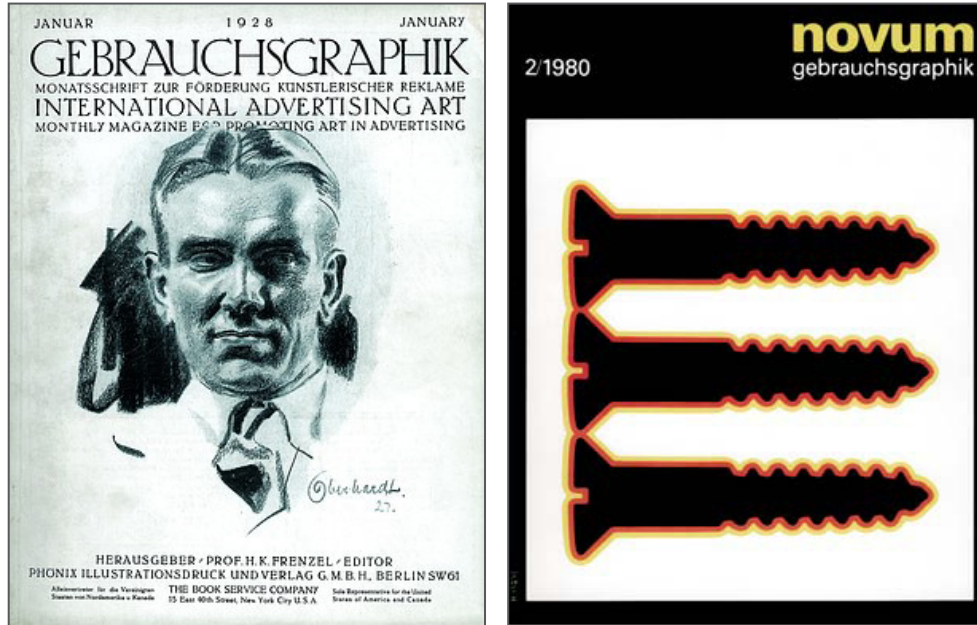
Dergi, yarışma ve etkinlik haberleri, kitap tanıtımları, tasarımcı çalışmalarından örneklerinin yanı sıra, ambalaj tasarımından, resimlemeye, tipografiden, etkileşimli tasarıma kadar çok sayıda grafik tasarım alanındaki yazı ve röportajlara da yer vermektedir.



51. Görüntü: Grafik Tasarım dergisi iç sayfa görüntüsü.

1.4.2 Novum

Novum, ilk sayısı 1924 yılında yayımlanan bir Alman grafik tasarım dergisidir. O yıllarda *Gebrauchsgrafik* adıyla kurulmuş, ancak daha sonra *Novum World of Graphic Design* adını almıştır (Bkz. 52. Görüntü).



52. Görüntü: *Gebrauchsgrafik* (1928) ve *Novum World of Graphic Design* (1980) yılı kapak görüntüleri.

Dergi içeriğinde, tipografi, kurumsal kimlik tasarımı, resimleme, fotoğraf, yeni medya tasarımları, reklam dünyasından haberleri içermektedir. Ayrıca en son tasarım haberleri, çalışma örnekleri ve alandaki gelişmeleri okurlarına ulaştırmaktadır. Aylık yayımlanan dergi, hem Almanca hem İngilizce olarak basılmaktadır. Aynı dergi içinde karşılıklı sayfalarda iki dilde yayınlanması uluslararası alanda izlenirliğini arttırmaktadır.

Derginin kendi internet sitesinde *Novum*, farklı anlayışlara sahip sanat ve tasarım haberlerinin dengeli bir birleşim olarak sunulduğu bir platform olarak tanıtılmaktadır.

Her sayısında *Novum Plus* adlı özel bölümünde farklı tasarım alanlarından seçtiği özel bir konuyu ayrıntılı incelemektedir. Geçmiş sayılarda incelenen konulardan bazıları; tasarımda kağıt, animasyon, sergi sistemleri, eğitim...’dir. Seçtiği konular itibarıyla yıl sonunda tüm sayıları toplandığından arşiv olarak saklanabilecek niteliktedir (Bkz. 53. Görüntü).



53. Görüntü: *Novum World of Graphic Design* dergisi iç sayfa görüntüsü.

Dergi yönetiminin, yazarlarını akademisyenler, ajans çalışanları, tasarımcılar, müşteriler arasından seçmesi, farklı bakış açılarına sahip, dinamik bir yapının kurulmasını sağlamıştır. Tasarladığı yaratıcı kapaklar ve baskısında kullandığı farklı malzemeler ile her zaman yenilikçi bir anlayışa sahiptir (Bkz. 54. Görüntü). Dergi 80.yılında, Alman Baskı Endüstrisi tarafından “yılın en yenilikçi dergisi” seçilmiştir.



54. Görüntü: *Novum World of Graphic Design* dergisi özel kapak uygulamaları görüntüleri.

1.4.3 Communication Arts

Amerikan Communication Arts dergisi 1959 yılında kurulmuştur. Dergi, dünyadaki grafik tasarım, etkileşimli tasarım, reklam, resimleme, tipografi ve fotoğraf alanındaki haberleri ve çalışmaları geniş bir ölçekte sunmaktadır. Her yıl 8 sayı olarak yayınlanmaktadır. Derginin normal sayılarının dışında, *Illustration Annual*, *Photography Annual*, *Interactive Annual*, *Design Annual* ve *Advertising Annual* sayılarıyla farklı tasarım alanlarında birer arşiv yapısındadır (Bkz. 55. Görüntü).



55. Görüntü: *Communication Arts* dergisi kapak görüntüleri.

Makaleleri dünyanın dört bir yanından toplanan dergide, dünyadaki tasarım etkinlikleri hakkında en güncel haberleri de bulmak mümkündür. Derginin metin içeriği; uzun ve ayrıntılı olarak yazılmış araştırma konularıdır (Bkz. 56. Görüntü).



56. Görüntü: *Communication Arts* dergisi iç sayfasından görüntü.

Communication Arts dergisi düzenlediği dünya çapındaki tasarım yarışmaları sayesinde ismini güçlendirmiştir. 1995 yılından bu yana aktif olarak kullanılan web sitesindeki makale ve tasarımcılara ait çalışmalar dergiyle eş zamanlı olarak takip edilebilmektedir.

1.4.4 Etapes

Etapes, üç ayda bir yayımlanan Fransız grafik tasarım dergisidir. Dergi Fransa'da Fransızca olarak *Etapes* ve uluslararası alanda *Etapes International* adıyla İngilizce, İspanyolca ve Çince olarak yayımlanmaktadır (Bkz. 57. Görüntü).

Çağdaş grafik tasarım konuları üzerine yoğunlaşan *Etapes International*, 150 sayfadan ve 3 ana bölümden oluşmaktadır. "News (Haberler)" bölümünde, kurumsal kimlik, kültürlerarası görsel iletişim, ambalaj tasarımı, ekrana yönelik tasarımlar gibi başlıklar altında üretilmiş en son tasarım seçkileri sergilenmektedir. "Substance and Style (İçerik ve Biçem)" bölümünde, seçilmiş özel konularda yazılan makale, olay inceleme (case study) ve raporlar okura sunulmaktadır. "Time for Text (Yazı Zamanı)" bölümünde ise tasarım kitaplarının ayrıntılı tanıtımı, grafik tasarımla ilgili denemeler yayımlanmaktadır (Bkz. 58. Görüntü). Çok sayıda tasarım görüntüsünün yer aldığı dergi içeriğinde az sayıda bulunan metinlerden ilgili web adreslerine bağlantılar da yapılmaktadır.



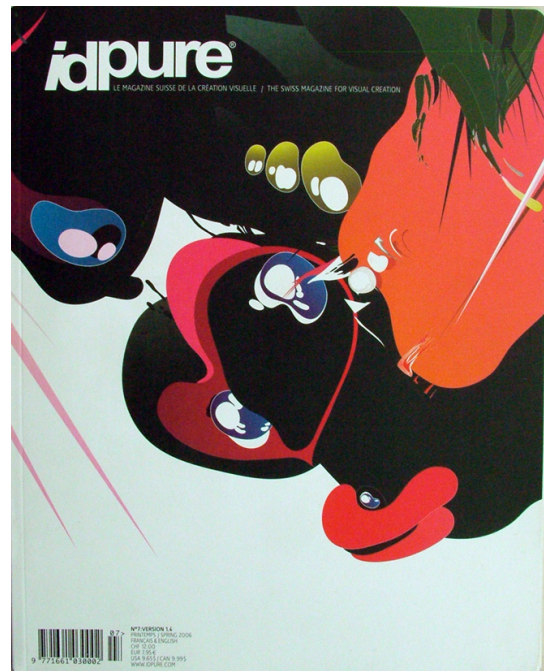
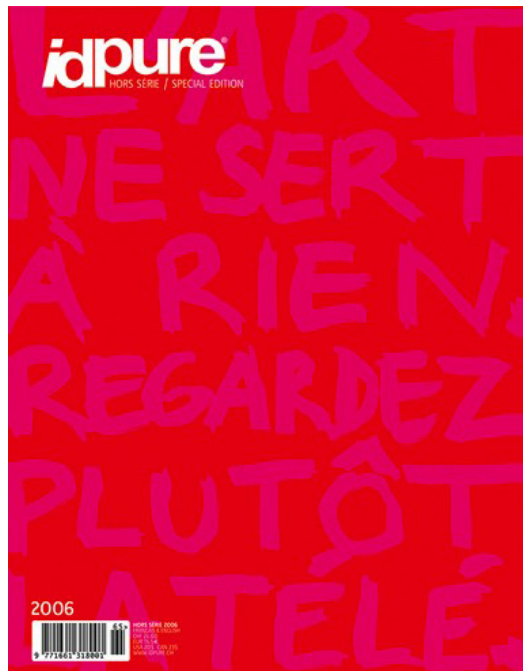
57. Görüntü: *Etapes* dergisi 2008 (sol) ve 2001 (sağ) yılı kapaklarından görüntüler (www.etapes.com).



58. Görüntü: *Etapes* dergisi Aralık 2007 sayısına ait iç sayfa görüntüsü.

1.4.5 IdPure

IdPure, yılda üç kez İsviçre’de yayımlanan grafik tasarım dergisidir (Bkz. 59. Görüntü). Dergi İngilizce/ Fransızca ve İngilizce/Almanca olarak iki farklı biçimde basılmaktadır. Görsel iletişim ve grafik tasarım alanlarında makale ve çalışmalardan örnekler sunulan dergi 2004 yılından bu yana yayımlanmaktadır.



59. Görüntü: *IdPure* dergisi 2006 (sol) ve 2008 (sağ) kapak görüntüleri.

Dergi 22x28 cm boyutlarında ortalama 80 sayfadır. İncelenen örneklerden farklı olarak dergi köşeleri yıpranmalara karşı dairesel biçimde kesilmiştir. Kapakta kullanılan ince kartona karşın, iç sayfalarda kuşe kağıt tercih edilmiştir. Dergi, sayfa tasarımı tipografi ve görsel düzenleme açılarından bir çok dergiden daha başarılıdır. Görüntülerin düzenlenme biçimi, metin için seçilen yazı karakteri ve sayfada etkin biçimde kullanılan boşluklar dikkat çekmektedir. Özel konuları içeren sayfalarda kullanılan farklı baskı teknikleri ve şaşırtıcı tasarımlar derginin görsel gücünü arttırmaktadır.



60. Görüntü: *IdPure* dergisi (2008) iç sayfa görüntüsü.

1.4.6 Eye

Eye İngilterede yayımlanan grafik tasarım ve görsel kültür alanlarında makale, röportaj ve çalışmalarını içeren bir grafik tasarım dergisidir (Bkz. 61.Görüntü). Dergi 1990'ların başında grafik tasarım alanında yayınlarıyla tanınan *Rick Poynor* tarafından kurulmuştur. Bugün 70'in üzerinde sayısı olan *Eye*, Erik Spiekermann, Steven Heller, Steve Hare, Richard Hollis gibi tasarım alanında önemli makaleleri bulunan geniş bir editör grubuna sahiptir. Yılda üç kez yayımlanan dergi, özellikle farklı tasarım alanlarından oluşan makale içeriğiyle akademisyen ve öğrenciler açısından önemli bir kaynaktır.

Derginin sayfa tasarımı üç sütun biçiminde düzenlenmiş olup, çok büyük boyuttaki görseller çarpıcı tipografik düzenlemelere sahip başlıkların beraberinde sunulmaktadır. Kaligrafik biçimde tasarlanan logosu, etkili görsellikteki teknolojik simgeler içeren kapak tasarımlarıyla çarpıcıdır (Bkz. 62.Görüntü).



61. Görüntü: Eye dergisi 1999 (sol) ve 2008 (sağ) yılı kapaklarından görüntüler (<http://barkwall.wordpress.com/2007/05/31/the-book-as-spectacle>).

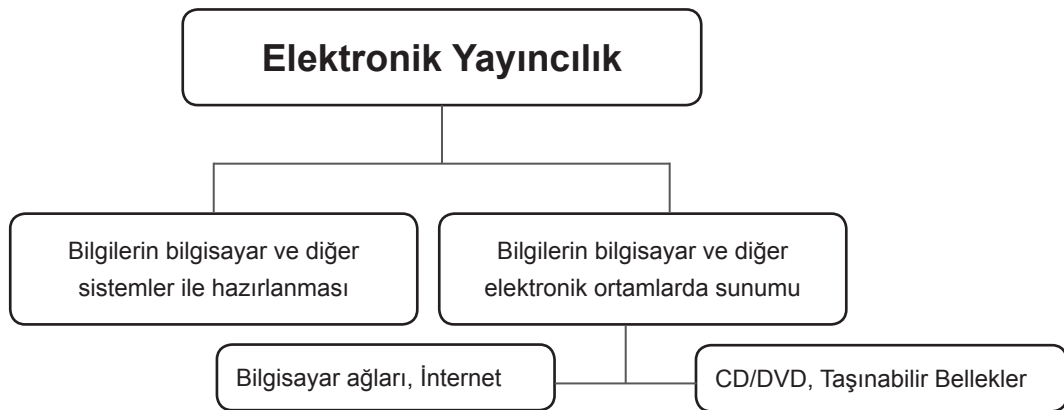


62. Görüntü: Eye dergisi iç sayfasına ait görüntü.

2. BÖLÜM: ELEKTRONİK YAYIMCILIK

Elektronik yayıncılık “bilgisayar temelinde oluşturulan, depolanan, işlenen ve güncellenen bilginin seçilmiş bir izleyici gurubuna aktarımı elektronik yayıncılık olarak.” (Kist, 1989, s.600) tanımlanmaktadır. Ayrıca Kist, elektronik yayıncılık teriminin ilk başta masaüstü yayıncılığa gönderme yaparak, yalnız üretim sürecinin elektronik ortamda gerçekleştiği, ortaya çıkan kağıda dayalı ürünler için kullanıldığını belirtmektedir. Günümüzde bu anlam; bilginin işlenmesinde, depolanmasında veya dağıtımında elektronik ortam araçlarının kullanıldığı yayıncılık biçimi halini almıştır.

Bugünkü elektronik yayıncılık anlayışında, bilgisayar teknolojisinin kullanım biçimine göre iki farklı tanımlama yapılmaktadır. Birincisi, çoğaltılması amaçlanan kitap, dergi gibi yayınların bilgisayar ve tamamlayıcısı araçlar (yazılım, çıkış aygıtı, tarayıcı gibi) ile basılabilir hale getirilmesidir. Böylece yayının üretiminde, bilgisayar etkin rol oynamaktadır. İkincisi ise bilginin sunumunda ortam olarak bilgisayarın kullanılmasıdır. Buna ek olarak bilginin sunumunda taşınabilir birimler; CD/DVD, disket (floppy disk), harici bellekler veya çevrimiçi birimler; İnternet, bilgisayarlar arası ağlar da kullanılabilir (Bkz. 63. Görüntü).



63. Görüntü: Elektronik yayıncılık çizelgesi.

Elektronik yayıncılık kapsamına bilginin sunum ortamı olarak yalnızca CD/DVD, disket veya İnternet değil, radyo, televizyon, faks da girmektedir. Fakat günümüzde elektronik yayıncılık terimi, sadece İnternet üzerinden yapılan yayıncılık biçimi için kullanılmaktadır. Ayrıca İnternetteki web sitelerinde karşılaşılan hareketli görüntüler, ses dosyaları, video klipler ve saydam gösterileri barındıran tüm yayınlar da elektronik yayıncılığın parçalarındandır.

2.1 DÜNYA'DA VE TÜRKİYEDE ELEKTRONİK YAYIMCILIK

Bundan 43 yıl önce ilk denemeleri e-posta ile başlayan elektronik yayımcılık, basılı yayımcılığa göre yeni olmasına karşın kısa zamanda çok önemli yol almıştır. “E-yayımcılık kapsamında ilk e-posta iletisi 1964’de MIT (Massachusetts Institute of Technology) ve Cambridge Üniversitelerinde kullanılmıştır.” (Tonta, 2000, s.89).

“1970 sonrasında sürekli olarak yapılan elektronik yayımcılığın ilk örnekleri, 1980’lerde düz metin biçiminde düzenlenmiş ve posta listesi biçiminde dağıtılan elektronik postlardır. Sadece metinlerden oluşan bu e-postalar hiçbir görsel içermediği için sunum biçimi oldukça zayıftır.” (Pettenati, 2001, s.1). Bu durum, 1990’ların başında kullanılan gelişen teknolojik araçlar ile değişim göstermiştir. Özellikle yüksek kalitedeki görüntülerin saklanması, ömürlülüğü ve ucuz maliyetiyle CD-ROM’lar e-yayımcılıkta etkili bir ortam haline almıştır. Bu biçimdeki e-yayımcılık günümüzde özellikle sayısal (dijital) sözlükler, ansiklopediler, eğitim setlerinde kullanılmaktadır. Bu araçlardan CD-ROMlar, görselleri daha kaliteli biçimde sunabilmesi, ucuzluğu ve uzun ömürlü olması sayesinde e-yayımcılık için daha etkili bir ortam haline almıştır. Fakat zaman içinde gelişen teknolojiler, gelişmiş bilgisayar ağları CD-ROMların kullanılabilirliğinin azalmasına neden olmuştur. Zaman içinde gelişen bilgisayar ağları, yeni teknolojilerin kullanılmaya başlanması, CD’lerin güncellenememe sorunları, kapasite azlığı ve özel kurulum gerektiren sistemleri sebebiyle e-yayımcılıkta CD-ROM kullanımı giderek azalmıştır.

“1995 yılında, elektronik mektupların (electronic letters online) çevrimiçi dağıtılmasıyla gerçekleştirilen ilk e-dergi, IEE (Institution of Electrical Engineers) tarafından yapılmıştır. Okur istasyonuna kurulan Guidon adlı aygıt aracılığıyla yapılan bu dağıtım, Guidon’un çok özellikli yapısına karşın web tabanlı yapıların gelişmesiyle kısa süre sonra kullanımına son verilmiştir.” (Pettenati, 2001, s.2).

1995–1996 yılları arasında başlayan web tabanlı yayımcılık, çoklu ortam araçlarının kullanımına olanak vermesi, Macromedia’nın Flash, Sun’ın Java, Adobe’nin PDF gibi teknolojileri geliştirmesi ve metin üzerinden bağlantılara olanak vermesi elektronik yayımcılığın gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. Artık neredeyse sadece web ortamında yapılan e-yayımcılık yoluyla, birçok gazete, dergi, kitap okurla buluşmaktadır.

20. Yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan İnternetin, bir iletişim aracı olarak tüm dünyayı sardığı, hayatımızın hemen her alanına girerek yaygınlaştığı ve geliştiği bir gerçektir. Bilgiye ulaşma, yayma, kısaca iletişim konusunda sağladığı imkânlar ve getirdiği kolaylıklar, bu yeni teknolojiyi yayımcılık sektörü için de vazgeçilmez bir araç haline getirmiştir.

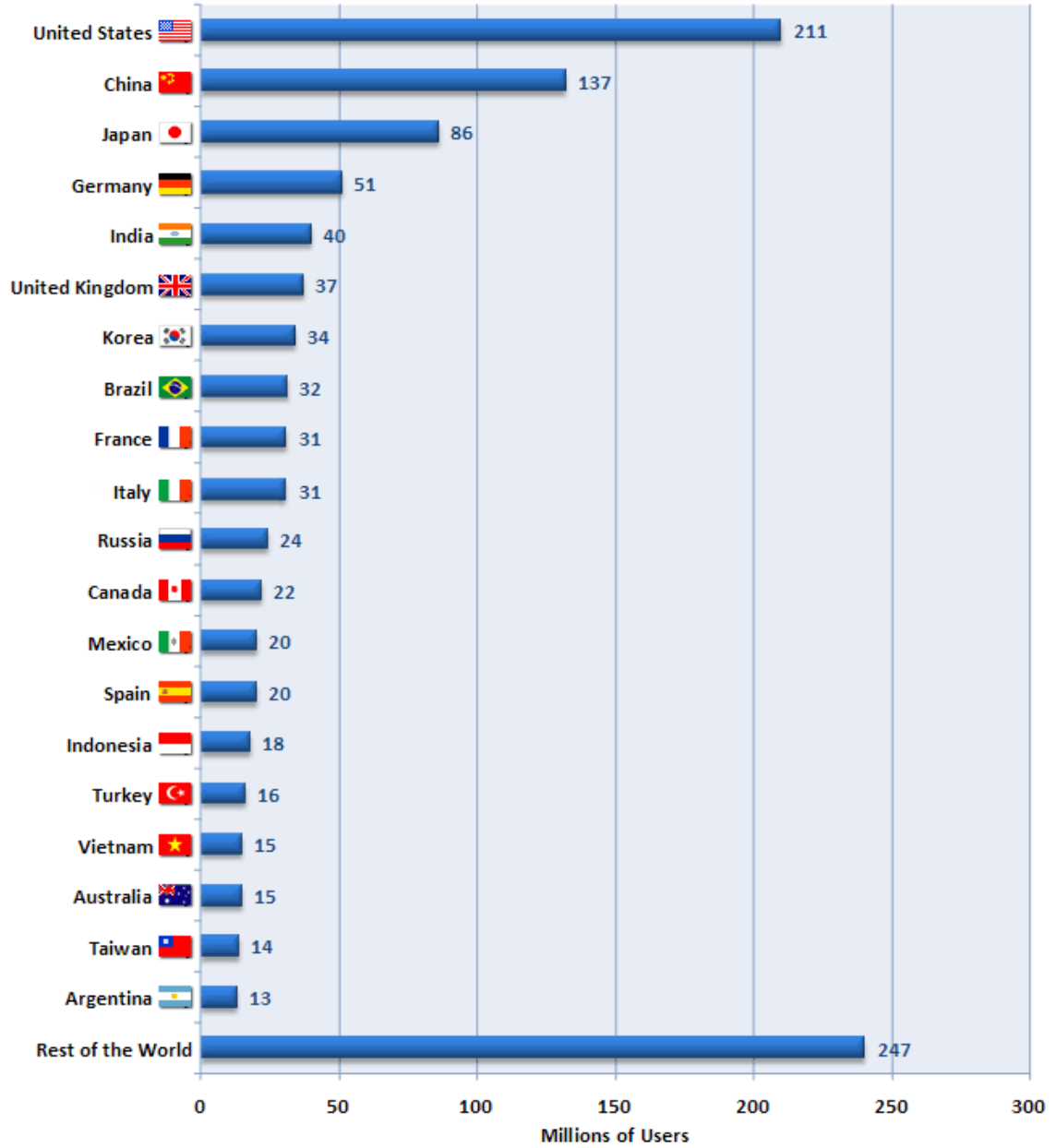
Gerek yazılı basın, gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarına gerek duymadan, çok küçük maliyetlerle, yazılı basın ve görsel iletişim araçlarının özelliklerini içeren yapısıyla elektronik yayıncılık, kitle iletişiminde önemli bir alan olarak yerini almıştır.

Türkiye’de elektronik yayıncılık, ilk kez “Aktüel” dergisi’nin 19 Temmuz 1995’de İnternete açılmasıyla gerçekleşmiştir. Sonrasında, Ekim 1995’te “Leman” dergisi, Aralık 1995’te “Zaman” gazetesi yayımlanmıştır. Zaman gazetesi, köşe yazıları, güncel haberler, politika, ekonomi ve spor başlıkları altında topladığı yazılarını yayımlanmıştır (Gürcan, 1999, s.160). Devam eden yıllarda birçok gazete, dergi, televizyon ve radyo kuruluşları İnternet üzerinden yayınlarına ağırlık vermişlerdir.

Ülkemizde elektronik yayıncılık üç dönem geçirmiştir. Birinci dönemde basılı yayınlar için üretilen haber içerikleri birebir İnternet sayfalarına aktarılmıştır. İkinci dönemde; İnternet için özgün haber içerikleri oluşturularak, üçüncü dönemde; İnternet için yapılan bu yayınlar kullanıcıya denetleme olanağı verilerek etkileşimli biçimde sunulmuştur (Tokgöz, 2000, s.69).

Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de de yayıncılık gerek biçimsel gerekse içerik açısından değişimler geçirmektedir. Bu değişim sürecini belirleyecek ölçüt ise tek başına teknoloji değil, toplumun gelişmişlik düzeyi ve sosyo-ekonomik yapısı olacaktır. Ülke çapında bir bilgi toplumu politikasının hayata geçirilmemiş olması, hatta çoğu zaman buna ihtiyaç bile duyulmaması önemli bir sorundur. Ayrıca yeni geliştirilen teknolojilerin sıradan bireyler düzeyinde değil belli bir kesimi hedeflemesi de, e-yayıncılıkta etkin bir ortam olan İnternetin Türkiye’de yavaş yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Dünya ülkelerinin İnternet kullanımı istatistiklerine göre Türkiye’nin durumu tabloda gösterilmiştir (Bkz. 64. Görüntü).

20 Top Countries in Internet Usage



64. Görüntü: Dünyadaki İnternet kullanımı açısından ilk 20 ülkenin, 19 Mart 2007 tarihli istatistik sonuçları (Milyon kişi) (<http://www.internettrafficreport.com>).

Türk Telekom, 2007 yılı sonunda hane halkı internet erişimini yüzde 28'e yani 5 milyona çıkarmayı hedeflediğini beyan etmektedir. Bu sayede Türkiye'de internet'in yayılım/kullanım (penetrasyon) oranını Avrupa seviyesine taşımayı amaçlamakta, aynı zamanda Türkiye'nin her köşesinde hızlı ve kaliteli internet erişimini sağlamayı planlamaktadır (Türk Telekom, 2007).

Ülkemizdeki İnternet bağlantısı dünyanın çeşitli ülkeleriyle karşılaştırıldığında, fiyat/hız sıralamasında alt sıralarda yer almaktadır. Ayrıca Türkiye'nin İnternete açılma hızı 2048kbit/s iken Kanada, Polonya, Finlandiya gibi bir çok dünya ülkesinde, İnternet hızı 6144 kbit/s ile 24576 kbit/s arasında değişmektedir (Bkz. 65. Görüntü).

DSL		Speed (kbit/s)		
		2005	2006	2007
Australia	Bigpond	1 536	1 536	1 536
Austria	AON	2 048	2 048	2 048
Belgium	Belgacom	4 096	4 096	4 096
Canada	Bell Canada	5 000	5 000	7 168
Czech Republic	O2	1 024	2 048	2 048
Denmark	TDC	4 096	4 096	4 096
Finland	Sonera	24 000	24 000	24 576
France	France Telecom	18 000	18 000	18 432
Germany	T-Com	6 016	6 016	6 144
Greece	OTE	1 024	1 024	1 024
Hungary	T-Com	2 048	2 048	4 096
Iceland	Simmin	6 000	8 192	8 192
Ireland	Eircom	2 048	2 048	2 048
Italy	Alice	4 000	20 480	20 480
Japan	NTT West	102 400	102 400	102 400
Korea	KT	102 400	102 400	102 400
Luxembourg	EPT	3 000	3 000	15 360
Mexico	Telmex	1 024	1 024	1 024
Netherlands	KPN	8 000	6 144	6 144
New Zealand	TCNZ	2 000	2 000	24 576
Norway	Telenor	4 000	6 144	6 144
Poland	TP	6 144	6 144	6 144
Portugal	Portugal Telecom	8 192	8 192	8 192
Slovak Republic	Slovak Telecom	1 024	1 024	1 536
Spain	Telefonica	1 024	1 024	1 024
Sweden	TeliaSonera	24 576	24 576	24 576
Switzerland	Bluewin	2 400	3 500	3 500
Turkey	Turk Telecom	2 048	2 048	2 048
United Kingdom	BT	2 200	8 192	8 192
United States	ATT	3 072	3 072	3 072

65. Görüntü: OECD Ülkeleri İnternete bağlanma hızlarını gösteren tablo görüntüsü, 13 Ekim 2008 (<http://www.oecd.org/sti/ict/broadband>).

Türkiye'deki İnternet bağlantı ücretinin dünya sıralamasında yüksek olduğu , Türkiye'deki bir kullanıcının 2048 kbit/s hızdaki sınırsız bağlantı için aylık ortalama 50\$ öderken, diğer ülkelerin daha hızlı bağlantılar için eşit veya daha az ücretler ödedikleri aşağıdaki tabloda (Bkz. 66. Görüntü) görülmektedir.

	Average Subscription Price, USD	Average Subscription Price, USD, PPP
Czech Republic	63,13	88,91
Slovak Republic	61,30	79,61
Mexico	49,81	72,20
Iceland	97,30	57,92
Hungary	42,34	57,22
Poland	39,04	56,57
Norway	88,07	55,74
United States	53,06	53,06
Portugal	47,87	52,61
Australia	61,14	52,26
Canada	59,76	51,07
Luxembourg	61,52	50,84
Austria	60,60	50,08
Turkey	37,03	50,04
New Zealand	54,01	48,66
Belgium	54,84	46,08
Greece	41,77	41,77
Italy	47,25	41,09
Korea	37,81	40,65
Ireland	61,82	40,41
Netherlands	46,48	39,06
France	44,77	36,70
Denmark	52,88	34,34
Japan	41,05	34,21
Sweden	45,22	34,00
United Kingdom	39,67	33,34
Switzerland	47,08	32,69
Germany	39,62	32,22
Finland	43,35	31,18

66. Görüntü: OECD Ülkeleri İnternete bağlanma hızlarını gösteren tablo görüntüsü, 13 Ekim 2008

(<http://www.oecd.org/sti/ict/broadband>).

Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE)'nin yaptığı "hane bireylerinin İnternet kullanımı" konulu araştırmasından elde edilen sonuçlarda, ülkemizde elektronik yayıncılığa karşı artan ilgiyi göstermektedir. Araştırmada bireylerin İnterneti %90,16 bilgi almak ve çevrimiçi hizmetlerden yararlanmakta kullandığı görülmektedir. Bilgiye ulaşmada ise %55.77 oranında elektronik gazete/dergileri kullanmaları e-yayıncılık için olumlu bir gelişmedir (Bkz. 67. Görüntü).

Hane Halkı Bireylerinin İnternet Kullanma Amaçları	(%)
İLETİŞİM	78,23
Mesaj gönderme/alma	66,84
İnternet üzerinden telefonla görüşme/video konferansı	11,36
Chat/ sohbet yapmak, vb.	40,39
BİLGİ ARAMA VE ÇEVİRİMİÇİ (ON-LINE) HİZMETLER	90,16
Mal ve hizmetler hakkında bilgi aramak	43,31
Seyahat ve konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı	14,25
Radio dinlemek ya da televizyon izlemek	28,18
Oyun, resim ya da müzik indirmek ya da oyun oynamak	43,68
Yazılım indirmek	22,81
Gazete ya da dergi okumak, haber indirmek	55,77
İş aramak ya da iş başvurusu yapmak	10,57
MAL VE HİZMET SİPARİŞİ VERMEK VE SATMAK, BANKACILIK	15,95
Bankacılık	12,90
Diğer finansal hizmetler (hisse senedi alımı vb.)	2,95
Mal ve hizmet almak/ sipariş vermek (finansal hizmetler hariç)	5,59
Mal ve hizmet satmak (örn: müzayede ile satış gibi)	1,07
KAMU KURUMLARIYLA İLETİŞİM	39,97
Kamu kuruluşlarına ait web sitelerinden bilgi edinmek	37,64
Resmi formların/dokümanların indirilmesi	10,65
Doldurulmuş form göndermek	6,02
EGİTİM	30,71
Eğitim faaliyetleri (okul, üniversite vb.)	26,83
Yetiştirme kursları (Yabancı dil, bilgisayar vb.)	7,22
Özellikle istihdam olanaklarına yönelik diğer eğitim faaliyetleri	4,37
SAGLIK	22,97
Sağlıkla ilgili bilgi araştırma	22,38
Doktordan İnternet üzerinden randevu almak	0,50
Doktordan İnternet üzerinden reçete talep etmek	0,02
Bir doktordan İnternet üzerinden tavsiye almak	1,86

67. Görüntü: DİE'nin Bilim, Teknoloji ve Bilişim İstatistikleri bölümünden alınmıştır, 12 Haziran 2007

(<http://www.tuik.gov.tr>).

Türkiye'de elektronik yayıncılık ilk yıllarda basılı yayınların İnternete aktarılması biçiminde yapılırsa da, günümüzde bu durum sadece elektronik ortama özel yapılan yayın tasarımlarıyla değişmiştir. Ülkemizde elektronik yayınlardan okurun en çok gazeteleri takip ettiği bilinmektedir. Basılı olarak yayımlanan gazetelerin hemen hepsi İnternet ortamında da okura sunulmaktadır. İlk zamanlarda ücretsiz hizmet veren İnternet gazeteleri bir dönem ücretli abonelik sistemi uyguladılar da günümüzde hemen hepsi artık ücretsiz olarak yayımlanmaktadır. Hürriyet, Radikal, Sabah gibi gazeteler ücretsiz abonelik seçenekleriyle okurun kişisel bilgilerine sahip olmakta ve karşılığında okurun haberlere yorum getirebilmesine, özel servislerinden ücretsiz faydalanmasına olanak vermektedir. Cumhuriyet gibi birkaç gazete ise İnternet sürümlerini ayrı bir yayıncılık olarak ele alıp tasarlamakta, gazetenin eklerine ve haberlerin ayrıntılarına ulaşmak için ücretli abonelik talep etmektedirler.

1 Ocak 1997’de yayın hayatına başlayan Hürriyet İnternet gazetesi 3 yıl süreyle basılı gazetenin İnternet biçiminde yayımlanmıştır. 1999’un sonlarında site tamamen yenilenerek yalnızca haberleri değil gün içindeki gelişmeleri ve borsa verilerini okurlarına sunmuştur. Okurların katkılarıyla hazırlanan yeni bölümlerin devreye girmesinden sonra ise yeni bir İnternet sitesi halini ve “Hürriyetim” ismini almıştır. 2001 Mayıs verilerine göre Hürriyetim’in tıklama rakamları 1,2–1,5 milyon arasında ve sürekli ziyaretçi sayısı 200 bin civarındadır. Artık Hürriyetim, Hürriyet içinde ayrı bir şirket çok sayıda çalışanı ile çevrimiçi gazetecilik yapan bir İnternet şirkettir (Karakaş, 2002, s.76).

Hasan Kara yazısında (Kara, 2002, s.80), “Cumhuriyet gazetesini İnternet’e taşıırken *gazete gibi* olması fikrinin benimsendiğinden söz etmektedir. Yapılan anket, görüşme ve tartışmalardan sonra bir şekilde diğer İnternet gazetelerinden farklı olmaları gerektiği kararına varıldığını belirtmiştir. Görsel anlamda gazetenin tüm sayfalarının görüntülediği ve sayfaların tek tek çevrilerek okunduğu bir gazete tasarlanmış, basılı gazetede tüm haberler, fotoğraflar, grafikler İnternette yayınlanmıştır. Gazeteyle birlikte verilen Bilim Teknik, Cumhuriyet Dergi eklerini, hatta salı ve cuma günleri verilen kitapları da sıkıştırarak kullanıcılarına sunduklarını, böylece okurlarının yüzlerce kitabı okuyabilme fırsatına kavuştuklarını eklemektedir.

Türkiye’de özellikle çevrimiçi gazeteciliğin gelişmesindeki en büyük neden olarak ülkemizde yaşanan ekonomik kriz gösterilmektedir. Krizden etkilenen medya sektörü ve birçok gazetecinin işsiz kalması, İnterneti mesleki deneyimlerini yansıtabilecekleri, kendi sınırlı şartları ile seslerini duyurabilecekleri yeni bir alan olarak görmüşlerdir. Aslında ekonomik nedenler yüzünden, İnternetin habercilik alanında bir seçenek olarak ortaya çıkması, yalnızca Türkiye’ye özgü bir durum değildir. Washington Post gazetesi editörleri Leonard Downie ve Robert Kaiser’in “The News About the News” (Haberler Hakkında Haberler) adlı kitabında”, ekonomik sorunların basını darboğaza soktuğu belirtilirken, çözüm yolu olarak, İnternet gazeteciliği önerilmektedir (Bengi, 2002)

Türkiye’de elektronik yayıncılığın güçlü olduğu diğer bir yayın türü dergiciliktir. E-gazetelere göre daha yüksek görselliğe sahip içeriklerdeki çok çeşitli konularda yayımlanan güncel içerikli e-dergiler kadar, akademik çevrelere yönelik e-bültenler (e-journal) de önemli bir konuma gelmiştir. Ülkemizde akademik dergi yayıncılığında ULAKBİM (Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi), basılan makalelerin özeti veya tam metinlerine erişim sağlayan Türkçe süreli yayınların adreslerini kullanıcılara web sitesinde (<http://www.ulakbim.gov.tr>) sunmaktadır. Bunun yanı sıra yalnız elektronik ortamda yayımlanan akademik dergilere de rastlanmaktadır. 2000 Ocak ayında yayın hayatına başlayan Anadolu Üniversitesi’nin *Turkish Online Journal of Distance*

Education (<http://tojde.anadolu.edu.tr>) hakemli dergisi ve 2002'de hakemli dergi statüsüne geçen hukuk, siyasal ve sosyal bilimler içerikli *E-akademi* (<http://www.e-akademi.org>) dergileri bu grupta değerlendirilebilmektedir.

2.2 ELEKTRONİK YAYIN TÜRLERİ

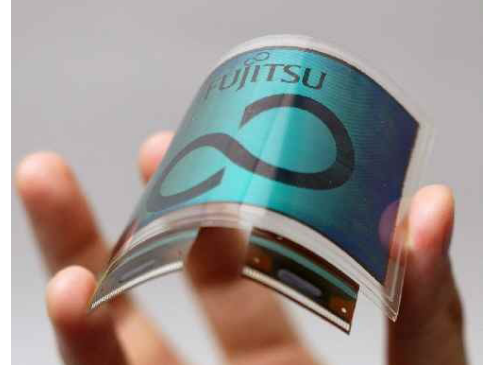
Son yıllarda gelişen teknolojiler ile okurlar bilim, sanat, yazın, ticaret gibi çok çeşitli konulardaki elektronik yayınlara daha hızlı ve etkili biçimde ulaşabilmektedir. Kaynağa erişim konusundaki bu hız, basım yayım sektöründe büyük değişikliklerin yaşanmasına neden olmaktadır. Halen basılı yayınlardan vazgeçemeyen köklü bir grup olsa da, yeni yazılımlarla yapılan e-yayımcılık, metinlerin ses ve hareketli görüntüler ile sunumuyla çok sayıda okuru etkilemektedir.

Elektronik yayımcılık alanındaki önemli gelişmelerden birisi "ses tanıma teknolojilerinde" yaşanmaktadır. Günümüzde ses tanıma teknolojisi ile üretilen bilgisayar, telefon gibi bir çok ürün tasarlanmakta, yalnız sahibinin ses dalgalarına göre makinenin çalıştırılmasına izin verilmektedir. Bu anlamda ilerleyen teknoloji belki de sabah işe giderken arabada, cepte ya da kolda taşınabilen küçük bilgisayarlardan günlük gazetede yer alan haber başlıklarının sesli olarak dinlenebilmesini, görüntülerin izlenebilmesini olanak sağlayacaktır. Gün içerisinde İnternette anında güncellenen haberler ile son gelişmeler okura hızla iletilebilecektir.

İnternet tüm alanlarda olduğu gibi, yayımcılık sektöründe de birçok yeniliği beraberinde getirmiştir. Bu yeniliklerden birisi; 2002 yılından bu yana ABD'de hizmet veren ve yalnız İnternet üzerinden işleyen bir matbaa olan "Lulu.com"dur. Lulu.com, gelen sipariş sayısı kadar kitap basmaktadır. Tamamen elektronik olarak işleyen süreçte yazarlar istediği anda evinden sisteme bağlanıp kitaplarının asıl kopyalarındaki gerekli gördüğü değişiklikleri güncelleyebilmektedirler. Böylece, bir sonraki baskıda kitabın en güncel hali satışa sunulabilmektedir. Ülkemizde de yakın zamanda Xerox, iGen adlı baskı aygıtıyla Ahmet Altan'ın "İçimizde Bir Yer" kitabını aynı yöntemle basmıştır. Özellikle yayıncı ve dağıtıcısına getirdiği kolaylık açısından tercih edilen bu tür uygulamalar sektörde yavaş yavaş gelişmektedir (Arı, 2003).

Bilim adamları yeni çıkan kitle iletişim araçlarından hiçbirinin bir öncekini ortadan kaldırmadığını vurgulamaktadırlar. Basılı gazetelerin daha rahat okunabildiğinden ve bunun da kolay kolay vazgeçilemeyecek bir alışkanlık yarattığından söz etmektedirler. 550 yıllık geçmişle matbaaların bastığı netlikte yazıları ekrana yansıtabilmek henüz

pek mümkün olmamakla birlikte, IBM tanıttığı “sayısal kâğıt” teknolojisi ile ciddi bir gelişim sağlanmıştır. İki yüzey arasında bulunan, elektronik ortamda şarj edilebilen tanecik teknolojisiyle çalışan elektronik kağıtlar, Fujitsu, Philips, LG gibi bir çok farklı firma tarafından sürekli geliştirilmektedir (Bkz. 68. Görüntü). “En son 2007 yılında LG Philips ilk A4 ölçülerinde renkli elektronik kağıdını (e-paper) geliştirdiğini duyurdu. 14.1 inç (35.9 santimetre) ebatında ve 0.3 milimetre inceliğinde olan bu e-kağıt, esnek bir yapıya sahip ve 4,096 rengi gösterebiliyor.” (Seven ve Seven, 2007).



68. Görüntü: Lg ve Fujitsu'nun ürettiği e-kağıt görüntüleri
(http://www.digitaltechnews.com/news/2005/07/fujitsu_epaper_.html).

Yukarıdaki örnekler günümüz elektronik yayınlarının ne kadar gelişerek ilerleme gösterdiğini göstermektedir. E-yayımcılık, çok çeşitli yayın biçimlerini içermektedir. Bunları, zaman bilimsel olarak sıralamak gerekirse; elektronik posta, elektronik bülten, elektronik kitap, elektronik gazete, elektronik dergi ve web yayıncılığı'dır.

2.1.1 Elektronik posta (e-posta)

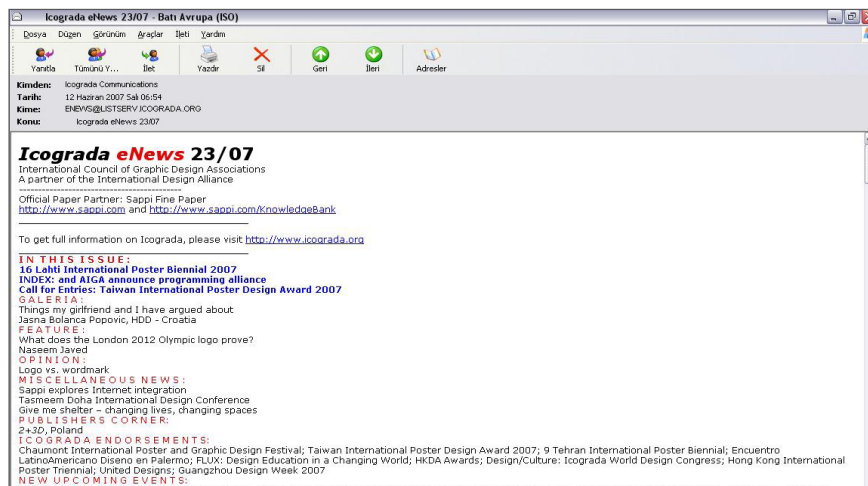
Ağlar arası iletişim kurulması kadar eski, ilk biçimi düz metinlerden oluşan e-postalar günümüzün etkili haberleşme biçimlerindedir. Gönderilen iletilerin saklanabilmesi, anında cevaplanabilmesi ve kısa sürede dağılımıyla bir çok alanda önemli bir iletişim aracıdır.

İnternet'in ilk yıllarında, bilim adamları tarafından makale ve çalışma özetlerini kendi aralarında paylaşmak amacıyla kullandığı e-postalar, aynı zamanda etkin bir reklam aracı olarak da değerlendirilmektedir. Bu anlamda firmalar yeni ürün, hizmet ve faaliyetlerini geniş kitlelere duyurmak amacıyla e-postalardan yararlanmaktadır.

E-postanın kullanıcılar açısından; kullanım kolaylığı, küresel bir iletişim aracı oluşu, mesaja eklenebilen grafik, ses, resim ve hareketli görüntü dosyalarıyla etkili sunumlara

olanak sağlaması ve hızlı oluşu gibi olumlu yanlara sahiptir. Bunun yanında karşılıklı yapılan iletişim biçimine göre, bazı ifadelerin anlatımındaki eksiklikler ve iletişimin eş zamanlı olmayışı bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir.

E-posta yayıncılığı farklı biçimlerde yapılabilmektedir. Çeşitli konularda hazırlanan bülten yapısındaki iletiler, firma tarafından müşterilerine bazen de istemeyen kişilere bile gönderilmektedir (Bkz. 69. Görüntü). Bazı e-posta bültenleri hem biçem hem de içerik olarak basılı bülten ya da mini-dergilere benzemektedir. Bazı e-posta grupları ise iletileri bütün abonelere gönderilen, sanal bir diyaloga dönüşmüş tartışma topluluğu biçimindedir.



69. Görüntü: İcograda'nın aylık haber bülteni şeklinde tasarlanan e-posta görüntüsü.

2.1.2 Elektronik bülten (e-bülten)

E-bülten yayıncılığı özellikle iş dünyasının ve derneklerin vazgeçilmez yayınlarından biridir. Yayın biçimi olarak e-posta yayıncılığına benzemektedir. Çoğu zaman basılmış bültenlerin yapısında, uzun tek ya da iki sayfa halinde, belirli kısımlarında afiş özellikleri de barındıran ticari kaygılarla yapılan yayınlardır. Ticaret dünyasında yaygın olarak kullanılan e-bültenler, müşterilerine ürün ve fiyatlardaki yenilikleri haber vermek için sıkça kullanılmaktadır (Bkz. 70. Görüntü). Tartışma listesi, forum gibi işlevleri içeren bültenler, e-posta ile aboneye ulaştırılmaktadır. E-bültenlere isteğe bağlı olarak abone olunabilmekte ya da abonelikten vazgeçilebilmektedir.

Garanti
+bonus
bedavası en bol!

► Bonus Kampanyalar
► Program Ortakları

MALM
Yatak çerçevesi (160x200 cm)
huş kaplama
399YTL
39,90 x 11 = 438,90 YTL



IKEA
evinizin herşeyi

70. Görüntü: Garanti Bankası kredi kartının, satış ortaklığı yaptığı IKEA firmasının ürünlerini tanıtan e-bültene ait sayfa görüntüsü.

2.1.3 Elektronik kitap (e-kitap)

“E-kitap, elektronik ortamda yayınlanmış ya da elektronik ortama aktarılmış kitaplardır. Bu ortamda kullanılan çeşitli protokoller ve yazılımlar ile bunları kullanan bilgisayarlar sayesinde izlenebilen, temelde metin ve resim, kimi zaman da ses ve hareketli görüntülerden oluşmaktadır. Okunabilen ifadesi yerine izlenebilen denilmesinin en önemli nedeni ise, bu kitaplarda sadece resim ve metin bulunmaması, yayının amacına yönelik olarak içinde film, animasyon ve ses gibi çoklu ortam materyallerinde olmasıdır.” (Çevreorman, 2006).

E-kitaplar tüketiciye basılı kitapların sayısal ortama aktarılmış biçiminde sunulabileceği gibi, elektronik ortama özel yazılımların görüntüleyebileceği farklı formatlarda hazırlanmış belgeler şeklinde de sunulabilmektedir. E-kitaplar, CD veya İnternet ortamlarında e-kitap siteleri üzerinden yayımlanabilen ve okumak için kişisel bilgisayarlara indirilebilecek dosyalardır. E-kitaplar, bilgisayar ekranında “Adobe Reader” veya “Microsoft Reader” gibi çeşitli yazılımlar kullanılarak okunabilmekte ya da kullanıcılar kendi e-kitaplarını tasarlayabilmektedirler.

İlk elektronik kitap, (Afternoon, Michael Joyce’dan bir hikâye) 1987’de yayınlansa da elektronik kitaplar 2000 Mart ayında çevrimiçi yayımlanan Stephen King’in “Riding the

Bullet” romanına kadar halkın ilgisini çekmemiştir. 24 saat içinde bu roman 400.000 bilgisayar kullanıcısı tarafından bilgisayarlarına indirilmiştir (Keenan ve Johnston, 2000, s.90).

Gün geçtikçe ünü artan elektronik kitaplar, yayıncılık sektöründe potansiyel bir pazar oluşturmuştur. Her ne kadar basılı kitabın yeri ayrı olsa önemli bir kesimi e-kitap kullanımına yönelmektedir. Önceleri sadece bilgisayarlar üzerinden okunabilen e-kitaplar, 1998’den itibaren geliştirilen palm, cep pc’leri, Ipod, cep telefonları gibi taşınabilir aygıtlar sayesinde hareket halinde, tatilde, arabada (sesli okuma sistemi) hatta koşarken bile rahatlıkla okunabilmektedir (Bkz. 71. Görüntü).



71. Görüntü: Ipod ve cep bilgisayarında açılmış e-kitap görüntüsü.

Ayrıca, çocuklar için tasarlanmış, küçük dizüstü bilgisayarlar aracılığıyla gerçek kitap boyutuna yakın fakat hareketli ve sesli biçimlerde uygulanmış e-kitaplar da bulunmaktadır (Bkz. 72. Görüntü).



72. Görüntü: Katlandığında e-kitap olarak kullanılan çocuklar için tasarlanmış bir dizüstü PC görüntüsü.

Son yıllarda özellikle ABD’de ticari yayınevleri doğrudan üniversitelerle ilişki kurarak derslerde okutulan ve kendi yayınları olan kitapların elektronik kopyalarını öğrencilerin erişimine açma girişimindedirler (Tonta, 2006). Ayrıca Amazon.com gibi kitap-satış sitelerinde birçok kitabın basılı ve elektronik biçimleri aynı anda satışa çıkmaktadır.

Gutenberg Projesi (www.gutenberg.net) gibi, telif hakkı sorunu olmayan kitapları,

kullanıcıların erişimine ücretsiz açan siteler olduğu gibi, Books24x7 (www.books24x7.com) gibi abonelik sistemi ile çalışan birçok site de bulunmaktadır. Ayrıca "İnternet kitapçısı" olarak anılan Amazon, Barnes&Noble, Borders gibi kitapevleri de e-kitap satışında bulunmakta ya da varsa okurlarının, satılan kitapların çevrimiçi kopyalarına ulaşmalarına izin vermektedir.

E-kitapların yayımcı, yazar ve okur açısından çeşitli olumlu ve olumsuz özellikler sahiptir. Yayımcılar e-kitaba basılı yayınlara göre daha az para yatırarak yayım yapabilmekte, yayın listesini ve yazar sayısını arttırabilmektedir. E-kitap, iade, satılmama gibi sorunların neden olduğu maddi kayıpları en aza indirmekte, depolama ve dağıtım giderleri gibi sorunları ortadan kaldırmaktadır. Yazarlar açısından oldukça zor olan kitap yayınlama süreci, İnternette bir web alanı olarak istedikleri biçimde eserlerini yayımlayabilmelerini kolaylaştırmaktadır. Okurlar açısından ise, bugün bir çoğu ücretsiz olan sitelerden indirebildikleri farklı konulardaki e-kitapları takip edebilmektedir.

2.1.4 Elektronik gazete (e-gazete)

Elektronik gazetenin okura ulaştırılmasında iki farklı biçim bulunmaktadır. Birincisi; basılı haldeki gazetenin sayfalarının görüntü olarak elektronik ortama aktarılması, ikincisi ise çoklu ortam özelliklerinin az da olsa kullanılması ile oluşturulan e-gazetelerdir. Özellikle ülkemizde birçok dergi ve gazete, elektronik ortam yayıncılığını, basılı haldeki tasarımlarını ve içeriklerini İnternete taşımak olarak algılamaktadır. Oysa İnternet farklı bir teknoloji, farklı düşünüş ve anlayış biçimleri gerektirir. İnternet ses, görüntü, etkileşim gibi özellikleri sayesinde tasarımda ve içerikte çok daha farklı açılımlara olanak vermektedir.

"Ülkemizde internet gazeteciliğinin gelişimine bakıldığında 1995 yılının milat olduğu görülmektedir. İnternet ortamına giren ilk gazete 2 Aralık 1995'te Zaman gazetesi'dir."(Gürcan 1999, s.160). Aynı dönemin yalnız İnternet üzerinden yayım yapan ilk gazetesi ise Xn'dir. Günlük gazetelerden toplanan derleme haber, köşe yazarlarına yer verilen ilk sanal gazete Xn günümüzde artık yayımlanmamaktadır. Gerçek anlamda Zaman gazetesi ile başlayan e-gazetecilik (Bkz. 73. Görüntü), günümüzde yurt içinde Hürriyet, Sabah, Milliyet, Radikal, Cumhuriyet gibi örnekler ile yurt dışında ise New York Times, Wall Street Journal, Le Monde, Guardian gibi isimlerle devam etmektedir (Bkz. 74 Görüntü). Bir çok e-gazete ilk kez web üzerinden yayımlandıklarında ücretsiz olmalarına karşın yavaş yavaş hepsi ayrıntılı yazılara, eklere veya yorum bölümlerine erişim için abone olmayı zorunlu kılmaktadır.

Gazete	Yayın Tarihi
Zaman	2 Aralık 1995
Turkish Daily News	19 Mayıs 1996
Türkiye	9 Kasım 1996
Milliyet	26 Kasım 1996
Fanatik	25 Aralık 1996
Hürriyet	1 Ocak 1997
Sabah	1 Ocak 1997
Akşam	15 Eylül 1997
Yeni Yüzyıl	4 Mart 1998
Radikal	1 Mayıs 1998
Güneş	2 Nisan 1998
Cumhuriyet	7 Mayıs 1998

73. Görüntü: İnternette yayımlanana gazeteler ve yayınlanma tarihleri (Yedig ve Akman, 2002, s.44).

The screenshot shows the New York Times website homepage. The main headline is "Palestinian Split Deepens; Government in Chaos" by Isabel Kershner and Steven Erlanger. The article discusses the tightening control of the Gaza Strip by Hamas and the resulting political divide. Other articles include "Egypt Cracks Down on Dissent" by Michael Slackman and "Where Mountain Bikers Carved Their Dream Terrain" by Shawn Baldwin. The page also features a search bar, navigation links, and various advertisements.

74. Görüntü: New York Times e-gazetesi ekran görüntüsü.

Çoğu büyük gazete, günde sadece bir baskı yapmaktadır. Haberler önceki gece bitirilmekte ve sabah erken saatlerde de gazetelerin basımı tamamlanmış olmaktadır. Oysa İnternette yayımlanan gazetelerdeki son dakika haberlerine, okur anında ulaşabilmektedir. Basılı gazetelerin sabah güncel, akşamları eskiyen haberleri, İnternet üzerindeki e-gazetelerde en güncel biçimde okura iletilmektedir. Ayrıca istenirse, yazılan eski haberlere veya belli bir güne ait özel bir konudaki makaleye "arama motoru" ile rahatlıkla erişilebilmekte, beğenilen bir yazının ya da görüntünün çıktısı alınarak saklanabilmektedir. Hatta e-gazeteler çoğu zaman ana hatlarının okurca belirlendiği veya ilgi duyulan konuların öncelikli sunulduğu biçimde kişiselleştirilebilmektedir.

Her geçen gün okur sayısı artan İnternet gazeteleri, basılı gazetelerin tiraj probleminin aksine, sürekli artan bir grafik çizmektedir. “Araştırma şirketi Jupiter Media Matrix’in yaptığı çalışmada; çevrimiçi haberleri takip edenlerin sayısında Temmuz 2000 - Temmuz 2001 dönemi arasında yüzde 14,7 oranında artış görülmektedir. Bu artış, aynı dönemde internette görülen yüzde 12,3'lük büyümeden bile daha fazladır” (NTV-MSNBC.com, 2006).

Kurucusu Oh Yeon-Ho tarafından altı yıl önce “her vatandaş bir muhabirdir” sloganıyla kurulan “OhmyNews”, Güney Kore’de yayımlanan bir İnternet gazetesidir. Ülkedeki siyasi, ekonomik gelişmeler yanında, birçok skandalı da ortaya çıkaran gazete, iki yıldır İngilizce olarak da yayımlanmaktadır. Yaklaşık 42 bin kişiden oluşan amatör muhabir ağında öğrenciden, ev hanımına, işçiden memura kadar belirli bir kaliteyi tutturana herkese haber yazma hakkı verilmiştir. Gazetenin ana sayfasında yer alan bir haber için muhabire 15 Euro ödenmektedir. Ayrıca, okur haberi beğeniyorsa her muhabire “bahşiş” verebilmektedir. Gazetenin çevrimiçi haberlerine ücretsiz ulaşılmaktadır. Gazetenin bu başarısı ülkedeki teknik gelişmelerde bağlıdır. Güney Kore’de her dört evden üçü yüksek hızlı internet bağlantısına sahiptir ve genç nüfusun büyük bölümü günlük hayatının çoğunu İnternet karşısında geçirmektedir (Nizam, 2006).

2.1.5 Web yayıncılığı

Dünya çapında ağ anlamına gelen World Wide Web (kısaca WWW veya web), 1990’lı yılların başında İsviçre-CERN laboratuvarlarında fizikçilerin yaptıkları araştırma sonuçlarını hızlıca paylaşmalarını sağlamak düşüncesiyle geliştirilen bir projedir.

Web, İnternet’in hızlı gelişimine koşut olarak oldukça yol kat etmiştir. Zaman içinde binlerce yeni web sitesi açılmış, fakat bu durum birçok avantaj ve dezavantajı beraberinde getirmiştir. En olumlu yanı; web yayıncılığının diğer yayıncılık biçimlerine göre kolay ve ucuz olmasıdır. Basılı yayıncılıkta dergi ya da kitap matbaadan çıktığı anda düzeltme olanağı olmamasına karşın, web yayıncılığında her an güncelleme şansı vardır. Olumsuz tarafı ise; İnternet bağlantısı olmayan bir yerde bu yayınlara ulaşma şansının olmamasıdır. Ayrıca çoğu insanın göz yorgunluğu ve parlak ışık nedenleriyle ekrandan yayın takip etmek istememesi de dezavantajlarından (Arı, 2003).

Hedef kitlelere ulaşma konusunda, ciddi sorunlar yaşayan kitle iletişim araçlarının karşısına kısa bir süre önce İnternet bir seçenek olarak çıkmıştır. İnternet sayesinde

kitle iletişim araçları tüm dünyaya ulaşabilme olanağına sahip olmuştur.

Web, yazarlar için birçok fırsat sunmuştur; artan okur kitlesiyle, işlerini sergileyeceği bir vitrin ve aynı zamanda bir iş alanı olmuştur. Ayrıca yazarlar web siteleriyle çevrimiçi yayınlarını yapabilmekte ve web yayıncılık dünyasına kolayca adım atabilmektedirler. Bu yönüyle web yayıncılığı bireysel yayım yapabilme özgürlüğü de getirmiştir. Bir yazar, alan adı ve alan kirası satın alarak web yayımı yapabilir, düşüncelerini diğer web okurları ile paylaşabilir. Aynı zamanda, kitabını kişisel web sitesinde e-kitap olarak yayımlayabilir. Web yayıncılığı bütün yayın araçlarını içinde barındıran bir yapıya sahiptir (Writerswrite.com, 2005).

Web yayıncılığının önemli diğer bir kolu da “Blog”dur (Bkz. 75. Görüntü). Blog, genellikle güncelden eskiye doğru (ters kronolojik) sıralanmış yazı ve yorumların yayımlandığı, web tabanlı bir yayını belirtir. İngilizcedeki “web” ve “log” sözcüklerinin birleşmesinden oluşan “weblog” kavramının zamanla daha kısa bir biçimde kullanılan yaygınlaşan adıdır.

Henüz bir Google Hesabına geçmediniz mi? [Blogger hesabınızı isteyin](#)

Google Hesabınızla oturum açın

Kullanıcı Adı: Şifre:

GİRİŞ YAP Beni hatırla [?](#)

SON BLOG GÜNCELLEMESİ: 10:39
[green card renew](#)

İLGİNÇ BLOGLAR
[persistent.info](#) [daha fazla »](#)

Blog nedir? **HIZLI BİR TUR ATIN**

Düşüncelerinizi yayımlayın **Geribildirim alın** **Fotoğraf gönder**

Mobil olun

3 kolay adımda bir blog yaratın:

- 1 Hesap yaratın
- 2 Blogunuzu isimlendirin
- 3 Bir şablon seçin

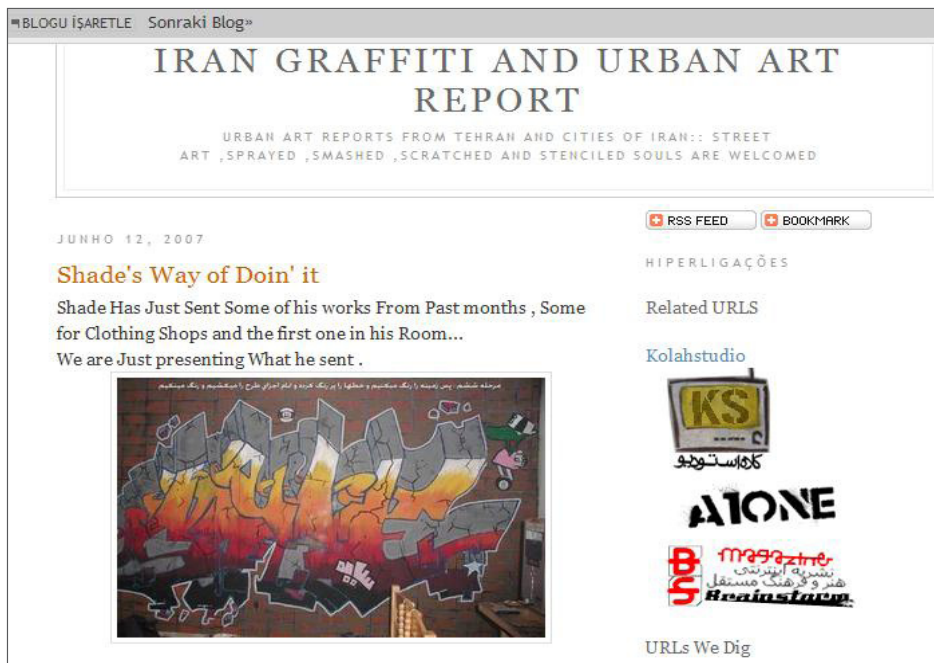
BLOGUNUZU ŞİMDİ OLUŞT

Blog düşüncelerinizi hızlıca gönderebileceğiniz, insanlarla etkileşime geçebileceğiniz kullanımı kolay web sitenizdir. Üstelik hepsi **ÜCRETSİZDİR.**

75. Görüntü: Türkçe blog sitelerinden Blogger'ın giriş sayfası görüntüsü.

1997 yılından beri var olan bu uygulama, tasarımcı ve programcılarının ilginç internet sitelerinin bağlantılarını unutmamak için kendi sayfalarına yazmalarıyla başlamıştır. 1999 yılında ortaya çıkan pek çok blog-yayımlama (blog publishing) aracıyla birlikte bloglama, programcılar arasındaki bir etkinlik olmaktan çıkmıştır. En az bilgisayar kullanma becerisine sahip olan bir insanın bile anlayacağı kadar basit hale indirgenmiştir. Sonraları bloglar, adeta pek çok insan için kişisel ifade aracı haline gelmiştir. Herhangi bir düzenleme görmeden, insanların içinden geldiği gibi, kendi düşüncelerini özgürce anlattıkları ortamlar olmuştur.

Politika, günlük hayat, spor, teknoloji, müzik, yemek hatta dantel, hamburger gibi her konuda pek çok bloga rastlamak olasıdır (Bkz. 76. Görüntü). Birçok büyük şirket yöneticisi ya da şirketler bile kendi bloglarını oluşturmaktadır.



76. Görüntü: *Graffiti* içerikli bir blog sayfası görüntüsü.

Türkiye’de blog genellikle çevrimiçi günlük tutma olarak görülse de, özünde kişinin kendi için tuttuğu notlar ve diğer insanların okumasını istediği yazılardır. Bloglar da kendi içinde ayrılmaktadır:

— **Kişisel:** Çok fazla deneyimi olmayan kişilerin bile kullanabileceği ve sayfalarını düzenleyebileceği yapıda, daha çok günlük olarak kullanılırlar. Kişilerin günlük yaşamda yaşadıkları olayları, karşılaştıkları durumları okurlarıyla paylaşmasını sağlar. Bloglarda en fazla rastlanan türdür. Özellikle MSN bloglarının tamamına yakını bu türdendir.

- **Temasal:** Sadece belirli bir alanda yazılan gönderilerin yer aldığı, belirli bir konuda uzman kişilerin yazdığı ve düzenlediği bloglardır. Politika, pazarlama, yemek, internet, ekonomi, tasarım, fotoğraf, programlama dilleri ve benzeri konularda odaklanmış bloglar bulunmaktadır. Türkçe olarak yayımlanan bloglarda en fazla ilgiyi yemek konulu bloglar çekmekte, sayı olarak ise bilgisayar blogları göze çarpmaktadır.
- **Topluluk:** Üyelik sistemine sahip olan ve bu üyelerin yazdıkları gönderilerden meydana gelen bloglardır. “Komünite” olarak da adlandırılan bu türdeki blogların çoğu kendi sunucularındaki blog yazılımını kullanmaktadır. Tarihsel olarak ise, ilk blog yayımlama hizmeti veren LiveJournal’da oluşan bir mirası devam ettirmektedirler.
- **Şirket:** Şirketlerin kendileri ile ilgili haber ve duyurularını daha samimi bir şekilde halka açtıkları bloglar dünyada ve iş hayatında giderek önem kazanmaktadır. Türkiye’de az sayıda olsa da bazı şirketler şirket bloglarını hizmete sunmaya başlamıştır. Aslında dünyadaki akım, şirketin doğrudan değil, samimi karakterdeki bazı çalışanların desteklenmesi yoluyla bloglamaktır. Hatta en ünlü şirket bloglarını tutan Microsoft çalışanları, samimiyetlerine inandırmak için ara sıra rakip firmaların ürünlerini de övmekte, reklâmını yapmaktadır.

2.1.6 Elektronik dergi (e-dergi)

Elektronik dergiler, basılı haldeki dergilerin elektronik ortama aktarılmış biçimi olabileceği gibi, tasarımı, editörlük işlemleri ve sunum ortamı için bilgisayarın kullanıldığı bir yayın biçimi olarak da tanımlanabilmektedir.

Ann C. Weller Journal of American Medical Association’da yayımlanan yazısında elektronik dergileri üç başlık altında değerlendirmektedir:

1. Dergiler sadece elektronik ortamdadır, basılı sürümü yoktur.
2. Yazılı ve elektronik olanların başlıkları aynıdır. Her iki yayının kendine özgü bir içeriği vardır. Her ikisinin ayrı ISSN’leri vardır.
3. Hem yazılı hem elektronik olarak vardır, aynı başlıkları içerir (Weller, 2002, s.2865).

Sanattan mühendisliğe, yazından tıbbı çok çeşitli konuda yayımlanan elektronik dergiler görsel gücüyle çarpıcı, içeriğiyle zengin ve etkileşim özellikleriyle ilgi çekicidir. (Bkz. 77. Görüntü). Çalışmanın ana yapısını oluşturan elektronik dergiler ile ilgili ayrıntılı bilgi 3. Bölüm Elektronik Dergi Yayıncılığı (Bkz. Syf. 69) başlığı altında anlatılmıştır.



77. Görüntü: “Cinemascope” aylık sinema e-dergisi karşılıklı iç sayfa görüntüsü.

2.3 ELEKTRONİK YAYIMCILIĞIN OLUMLU YÖNLERİ

Elektronik medyanın gelişimi ve zaman içerisindeki şekilleniş biçimlenişini Findler (1997, s.23), elektronik medyanın kendiliğinden ve bağımsız olarak değil, eski geleneksel medyanın başkalaşım geçirmesi ile ortaya çıktığını savunmaktadır. Ayrıca iletişim sistemlerinin bir bütün olarak incelendiğinde eski biçimlerinin yok olmadığını, değişmeyi ve uyum sağlamayı sürdürdüğünü belirtmektedir. Bu anlamda birçok ortak özelliği paylaşan basılı ve elektronik ortam yayınları kendine özgü temel farklılıklar da içermektedir. Bu farklar yayının sunulduğu ortama, bilginin üretimine ve güncellenme biçimine göre değişmektedir.

Basılı yayının ana malzemesi olan kağıt somut bir nesnedir. Elle tutulup, katlanabilir, saklanabilir, dosyalanabilir veya yırtılabilir. Oysa yazıcıdan kağıt üzerine baskısı alınmadığı sürece elektronik ortamdaki bilgiler, ekran üzerindedir. Basılı yayınlarda yapılan bir hata basıldıktan sonra düzeltilememekte veya her hangi bir olayın güncel bilgileri o anda yayına eklenememektedir. Oysa web yayıncılığı son derece esnek, İnternette yayımlanan gazetelerin gün içerisinde birçok kez başlıklarını değiştirebilmekte, ek haberler yayınlanabilmekte veya düzeltmeler yapılabilmektedir.

İki yayın biçimi arasındaki farklılardan dolayı her ortam, kendine özgü olumlu özelliklere sahiptir. Bunları sıralamak gerekirse:

1. İnternetin yaygınlaşmasıyla doğru orantılı olarak, elektronik dergilere coğrafi yerleşime bakılmaksızın herhangi bir noktadan erişilebilmektedir. Uygun yazılım ve web görüntüleyiciler sayesinde çevrimiçi tüm yayınların takibi rahatlıkla yapılabilmektedir.
2. Basılı dergiler her biri uzun zaman alan dizgi, tasarım, baskı, dağıtım gibi süreçlerden geçmektedir. E-dergiler ise daha kısa sürede tasarlanıp, hazır olduğu dakikada yayımlanarak okurla buluşabilmektedir.
3. E-dergiler okurlara, basılı dergilerdeki fotoğraf, resimleme gibi tasarım öğelerine ek olarak, Java, Shockwave, Flash gibi özel programlama dilleri hareketli görüntü, üç boyutlu (3D) görüntü, ses, etkileşim gibi elektronik ortamın özelliklerini de sunabilmektedir.
4. Elektronik yayınlar üzerindeki referans, yönlendirme, yorum, seçenekleri ve metin üzerindeki bağlantılar (linkler) yoluyla çok sayıda kaynağa ulaşılmakta, araştırmalar daha etkili yapılabilmektedir.
5. Basılı yayınları biriktirmek zaman içerisinde ciddi bir yer sıkıntısına sebep olmaktadır. Oysa e-yayınların tüm sayıları, çok küçük dosya boyutlarında bilgisayarlarda, CD/DVD gibi taşınabilir ortamlarda arşivlenebilmektedir.
6. Akademik çevrelerde, web sayfasında yayınlanacak makale veya yayınları diğer akademisyenlerin kullanımına açarak, ortak proje yürütme şansı ve yazılan makalenin en güncel haline erişim olanağı verilmektedir.
7. Basılı dergilerin üretim ve baskı aşamalarının maliyeti oldukça yüksektir. Üzerine dağıtım, stok, iade gibi giderler de eklendiğinde maliyet artmaktadır. Oysa e-dergilerin tasarım ve yayımlama dışında hiçbir maliyeti yoktur.
8. İnternet üzerinden yayın yapan çoğu e-yayın ücretsizdir. Ücretli olanlara ise, elektronik yayımcılığın ülkemizde henüz çok yeni olması nedeniyle basılı hallerinden daha uygun fiyatlara abonelik yapılmaktadır.
9. Elektronik yayımcılık, bilgiyi okura çok kısa sürede iletmesi nedeniyle, zamandan tasarruf sağlamaktadır.

10. Özellikle hedef kitleye yönelik tasarlanmış reklam ve duyuru metinleriyle yayının etkili biçimde tanıtımının kısa sürede yapılması sağlanabilmektedir.

11. Okurun yayın hakkındaki düşüncelerine ve eleştirilerine yazar anında ulaşabilmekte, okurdan geri bildirimler alabilmektedir.

12. Basılı yayınlarda renk sayısındaki artış veya görüntü kullanımının çokluğu gibi sebepler mürekkep, kağıt ve baskı maliyetini arttırabilmektedir. Oysa elektronik ortamda bu öğeler üretim veya çoğaltımı etkilememekte, bilgisayarın kapasitesi ile doğru orantılı olarak milyonlarca renk ve görüntü kullanılabilir.

13. Elektronik ortam yayını, hükümet baskıları, kağıt ve baskıdaki taraflı tutumlar ile karşılaşmadan özgürce yayımlanabilmektedir. Hıfzı Topuz (Topuz, 1996, s.113) kitabında gazete ve dergi basmakta yaşanan en büyük problemin kağıt olduğunu, SEKA (Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikaları A.Ş) grevlerinde kağıt bulunmasında ciddi sıkıntılar çekildiği belirtmekte ve eklemektedir “zaman zaman hükümetler çıkardıkları kararnameler ile dergi ve gazete kâğıtlarının tek elden ithaline karar vermiştir. Hatta yandaşı olan basım kuruluşları dışındakileri kağıtsız bırakarak, tirajlarını düşürmüşler ya da baskılarını durdurmuşlardır.”

14. İnternet ortamındaki e-yayınlar okur, yılın her günü, günün her saati erişim olanağı bulmaktadır.

15. Baskıda kullanılan ISO kağıt ölçünleri (standartları) dergiler, gazeteler ya da kitapların sınırlı boyutlarda basılmasına neden olmaktadır. Oysa bir e-yayın ekranda görüntülenebileceği boyutta tasarlanabilmekte, içeriğine istenilen uzunlukta yazılar eklenebilmektedir. Sayfaların aşağı-yukarı, sağa-sola kaydırılabilmesi, sayfaların içerik ve tasarımlarına da özgürlük getirmektedir.

2.4 ELEKTRONİK YAYIMCILIĞIN OLUMSUZ YÖNLERİ

Olumlu yönlerinin yanı sıra elektronik yayınlar, özellikle üretim ve dağıtım teknolojisinin getirdiği bazı olumsuzluklara da sahiptir. Bunlar:

1. Elektronik bir yayını izlemek isteyen kişi, en temel olarak bilgisayara sahip olmalıdır. Yayının ortamına göre İnternet bağlantısı, network ya da CD/DVD okuyucuya gereksinim duyabilmektedir.

2. Okur, temel bilgisayar kullanımına ilişkin dosya indirme, yükleme, kaydetme, kopyalama gibi becerilere sahip olmalıdır. Yayını İnternet üzerinden izleyecekse, web teknolojilerini kullanabilmelidir.
3. Okur, elektrik, telefon ağı kesintisi veya web sunucusunun devre dışı kalması gibi sorunlara bağılı olarak elektronik yayına ulaşamayabilmektedir. Gelişen teknoloji bunun gibi aksaklıkları giderecek harici araçların gelişimine katkı sağlamaktadır.
4. Birçok e-yayının kullanıcı dostu olmayan tasarımları yayının takip edilmesinde okunurluk, algılanabilirlik gibi sorunlar taşımaktadır. Bu durum okurun, yayın ile ilgili olumsuz fikre sahip olarak e-yayının tercih edilirliliğini azaltmaktadır.
5. Çoğu insan, ekran ışığının parlaklığı ve ekranda yazı takibinin göz yorgunluğu yaratması gerekçeleriyle, yayını kâğıt üzerinde tercih etmektedirler. 17-21 inç monitöre sahip bir ekranda tam boyutta, etkili ve güçlü görüntülenen bir yayın, 14-15 inç bir monitörde alttan ve sağdan daralacağı için aynı etkiyi vermemektedir.
6. Aynı e-yayın farklı bilgisayarlar ortamlarında ayrı biçimlerde görüntüleneceği için etkisini yitirebilmektedir. Bir kullanıcının işlemci ve İnternet hızına bağılı olarak yayın kimi kullanıcıda çok hızlı yüklenirken, kimisinde yüklenmesi uzun zaman alabilmektedir.
7. Elektronik yayınların ve yayın içeriklerinin kopyalanması, çoğaltılması, bilgisayar programlama dillerine ait özel kodlar kullanılmadığında son derece kolaydır.
8. Bilgisayar kullanımında sorun yaşayan okurlar için yönlendirme düğmeleri ve etkileşim özellikleri kafa karıştırıcı ve zor kullanılan öğeler olabilmektedir. Oysa tüm basılı yayınlarda sayfalar arası gezinme sayfa çevirmek kadar basit bir şekilde yapılmaktadır.

3. BÖLÜM: ELEKTRONİK DERGİ YAYIMCILIĞI VE E-DERGİLER

Elektronik dergiler; sosyal, kültürel, güncel konularda siyaset, spor, bilim, yazın, sanat, tasarım içerikli makale, araştırma yazısı, röportaj ve görseller içeren yayınlardır.

Elektronik yayımcılık kapsamında karşılaştığımız bir çok e-dergi, basılmak için hazırlanan sayfa görüntülerinin İnternet'e aktarılmış biçimleridir. Oysa elektronik ortam yeni teknolojik uygulamaları, farklı düşünüş ve anlayış biçimlerini gerektirmektedir.

Elektronik dergilerin en önemli farkı, bilginin sunum biçiminde kullanılan hareketli görüntüler; video, canlandırma, sinemasal görüntüler ve ses gibi çoklu ortam özelliklerine sahip olmasıdır. Ayrıca benzer konulardaki bilgilere gönderme yapabilecek şekilde içerik organize edilerek çeşitli bağlantılar kullanılabilir. Bir makale üzerindeki bu bağlantılar sayesinde bilinmeyen sözcüklerin anlamlarına veya ilgili diğer yazılara ulaşmak son derece hızlıdır.

Renkli baskı, kâğıt, postalama, depolamadan kaynaklanan yer sıkıntısı gibi basılı dergilere özgü sorunlar elektronik dergiler için geçerli değildir. Bir dergiye abone olduğunda, okuyucular derginin sayılarına posta aracılığıyla ulaşmaktadır. Bir elektronik dergiye abone olduğunda ise, dünya çapındaki bir ağ olan İnternet sayesinde çevrimiçi bağlanarak yararlanılmaktadır. Çoğu zaman ücretsiz olarak bilgisayara indirilebilen e-dergileri arşivlemesi ve koruması basılı dergilere göre çok daha kolaydır. Elektronik dergilerin tamamında renkli görseller, sesli, hareketli görüntüler içeren çok sayıda sayfa bulunabilmekte, sunumu etkin kılacak tasarım öğelerinin kullanımı artı maliyetler getirmemektedir.

3.1 ÜRETİM TEKNİKLERİNE GÖRE E-DERGİ BİÇİMLERİ

İnternet ortamındaki elektronik dergiler çok çeşitli programlama dilleri ile tasarlanmaktadır. Dergiyi oluştururken her teknolojinin olumlu katkıları olabileceği gibi yetersiz kaldığı durumlar da bulunabilmektedir. Farklı tekniklerle üretilen dergilerde kullanılabilen tasarım öğeleri ve etkileri de farklılık göstermektedir. Günümüzde e-dergiler üretiminde ve yayımlanmasında kullanılan teknolojilere göre *PDF*, *Flash*, *HTML* olarak 3 farklı başlık altında incelenebilmektedir.

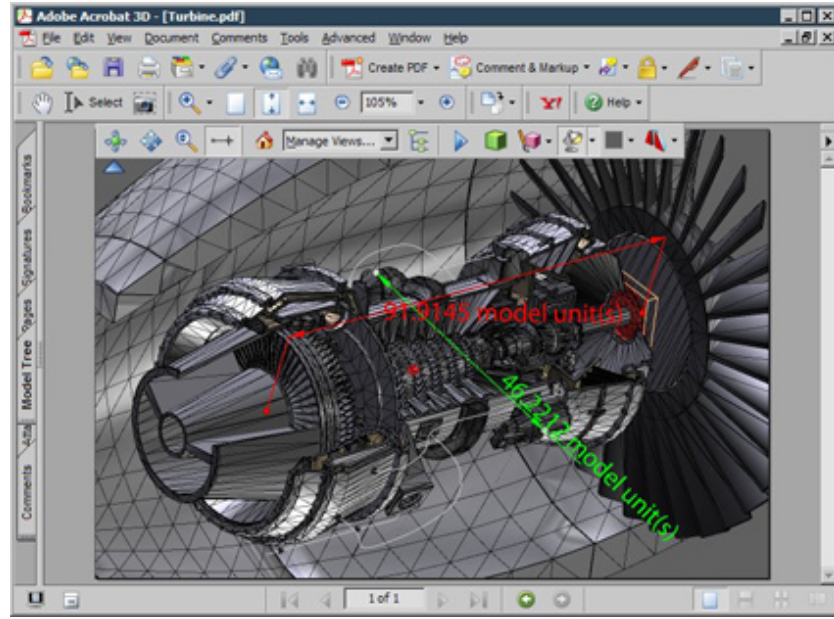
3.1.1 PDF Dergiler

İlk kez 15 yıl önce Adobe firması tarafından geliştirilen PDF (portable document format), ortamlar arası taşınabilir ve yazdırılabilir belgeler oluşturmak amacıyla üretilmiş bir dosya biçimidir. Macintosh, PC gibi her tür bilgisayar ortamında yazı, görsel ve çizimlerin yaratılması, paylaşılması ve görüntülenmesine olanak vermektedir. MacOS, Windows, Unix gibi farklı bilgisayar sistemlerinde, kişisel el bilgisayarlarında (PDA) ve daha bir çok mobil aygıtta PDF belgeler rahatça görüntülenebilmektedir.

PDF formatı; metin ve resim içeren belgelerin hem ekranda hem de kağıtta, üstelik işletim sisteminden bağımsız olarak bire bir aynı görüntülenmesini sağlayan bir teknolojidir. Orijinal belgenin özelliklerini değişmez şekilde saklama becerisine sahip olan PDF dosya biçimi, standart metin ve resim öğeleri dışında, web bağlantıları, ses ve basit hareketli görüntüleri de içerebilmektedir.

Yaygınlığı ve güvenilirliği ile bilgi aktarımındaki yeri tartışılmazdır. Özellikle dünya üzerindeki birçok hükümet, güvenlik birimi, özel şirket ve kurum bu nedenle elektronik ortam yayınlarında PDF'i kullanmaktadırlar. PDF belgeler, baskı, okuma, metinde değişiklik gibi birçok ayrı adımda şifrelenebilmektedirler. Özellikle son birkaç yıldır uygulanmakta olan sayısal imza teknolojisi ile belgeler yazarı tarafından imzalanabilmekte ve korunabilmektedir.

PDF bir belge oluşturmak için kullanılan *Acrobat* programı, belgeler üzerinde çevrimiçi doldurulabilir formlar oluşturma, metinler ve görseller üzerinden web bağlantıları yaratabilme gibi birçok özelliğe sahiptir. En son biçimi 2009 yılında *Adobe Acrobat 9 (CS 4)* olarak piyasaya sürülen program; *Acrobat 9 Standard*, *Acrobat 9 Pro*, ve *Acrobat 9 Pro Extended* olarak üç farklı yazılım biçiminde satılmaktadır. Acrobat'ın bu yeni sürümünde e-belge, e-tablo ve form oluşturma, dijital imzalama, web bağlantılarına ek olarak ilk kez, *Adobe Flash* teknolojisi için geniş destek sağlanarak, kullanıcıların PDF belgelerinde video ve Flash uygulamalarını kullanabilmelerine olanak verilmektedir. Böylelikle belgeyi okuyacak olan kişiler çoklu ortam içeriğiyle zenginleştirilmiş belgeler yaratabilmektedir. *Adobe Acrobat 9* içerisindeki PDF Portfolyo eklentisiyle, kullanıcıların video, ses hatta 3D modeller de dahil olmak üzere pek çok farklı biçimdeki belgeyi tek bir belge içinde bir araya getirebilmektedir (Bkz. 78. Görüntü).



78. Görüntü: Bir uçak motor ayrıntısını gösteren üç boyutlu çizimin Acrobat programındaki ekran görüntüsü.

Satıcı firma Adobe'nin program piyasasındaki gücü Acrobat programını ve PDF belgelerin yaygın kullanımını beraberinde getirmektedir. Adobe firması kendi sitesinde yayımladıkları "neden pdf?" konulu yazısında belirttiğine göre; "dünya üzerindeki web sayfalarında 250 milyondan fazla PDF belge, bilgi alışverişinde kullanılmaktadır." (Adobe, 2008). Günümüzde çok büyük bir öneme sahip olan PDF'in başarısının arkasında yatan asıl etken, Adobe Systems'in "www.adobe.com" adresindeki sitesinde ücretsiz olarak sunduğu Adobe Acrobat Reader yazılımıdır. Tüm bilgisayar ortamları için Türkçe dahil çok sayıda dil desteğiyle hazırlanan bu ücretsiz yazılım, PDF biçimdeki dosyaların okunabilmesine olanak vermektedir. Acrobat Reader, sahip olduğu kullanışlı ve basit arayüzü sayesinde farklı kesimlerden okurların gerçek bir kitabı veya dergiyi bilgisayar ekranında okuyabilmesini sağlamaktadır.

PDF, elektronik dergi tasarımında en sık kullanılan biçimlerdenidir. Diğer teknikle tasarlanan dergilere göre etkileşim özelliklerinin az olması, çoklu ortam öğelerinin sınırlı kullanımı belge boyutu konusunda avantaj sağlamaktadır. Küçük belge boyutuna sahip pdf dergilerin, dağıtımı, kopyalanması ve saklanması da daha kolay olmaktadır. Herhangi bir görsel kayba, bozulmaya uğramadan, sayfaların düzgün biçimde yazıcıdan çıktısı alınabilmektedir. Adobe firmasının tüm bilgisayar sistemlerinde standart haline getirdiği Acrobat Reader programı ile dergiler MacOS, Windows gibi farklı sistemlerde rahatlıkla görüntülenebilmektedir. Bu anlamda görsel ve teknik anlamda zaman zaman yetersiz olsa da PDF e-dergilerin okur açısından kolay kullanılabilir olduğu şüphesizdir.

Çalışmanın “3.3. *Elektronik Grafik Tasarım Dergileri*” başlıklı bölümünde PDF biçimde okura sunulan ve bu teknolojinin özellikleri kullanılarak tasarlanan tasarım dergileri incelenmektedir. Tasarım alanında yayımlanan PDF dergilerin çok büyük kısmı, metinler, durağan görüntüler, etkileşimli düğmeler içeren, metinler üzerinden web bağlantılarının yapıldığı biçimde tasarlanmaktadır. Bunun yanı sıra az sayıdaki bazı dergilerde ise, basılı derginin sayfa görüntüleri, PDF belge biçimine çevrilerek okura sunulmaktadır. Bu tip dergiler etkileşim özellikleri içermemekte, elektronik ortama özel tasarlanmadığından sayfalarda kullanılan yazı büyüklükleri okuma güçlüklerine neden olabilmekte, görüntülerin ayrıntıları rahatça algılanamamaktadır. Örneğin Tipografi alanında yayımlanan *Typo* (Bkz. 79. Görüntü) dergisine ait sayfalar PDF biçiminde okurlar ile paylaşılmaktadır. Dergi ekrana özel tasarlanmadığından, metinlerin ekrandan takip edilmesi ve okunması oldukça güçtür, okur ancak çıkış alarak dergiyi kağıt üzerinde inceleyebilmektedir.



79. Görüntü: Tipografi dergisi *Typo* dergisi kapak ve iç sayfa görüntüsü (<http://www.magtypo.cz>).

3.1.2 Flash Dergiler

Flash, Macromedia firmasının 1997 yılında “Future Splash Animator “ adıyla satın alarak vektör uygulamalarının web üzerinde geliştirilmesi için tasarlanmış bir arayüz programıdır. Adobe firmasının Macromedia’yı satın almasıyla Adobe Flash olarak anılmaya başlamıştır.

Flash programında, vektörel grafiklerle hareketli görüntüler tasarlanabilmekte, asp (aktif sunucu sayfaları - *active server pages*), php (sunucu tabanlı html içine gömülmüş betik dil - *personal home page*), cgi (ortak geçiş arayüzü - *common gateway interface*) gibi programlama dilleriyle birlikte çalışabilen ekrana yönelik etkileşimli CD'ler, web sayfaları, elektronik yayınlar hazırlanabilmektedir. Flash'ın başka bir özelliği de, temelde vektörel olarak çalışması, ayrıca Bitmap görüntüleri de desteklemesidir. Vektörel programlarda belgede bulunan bir hatayı düzeltmek için hatalı vektör ya da vektörlere müdahale edilerek sorun ortadan kaldırılmaktadır. Fakat bitmap⁴ olarak çalışan programlarda, yanlışlığı düzeltmek için her bir piksel ayrı ayrı sorgulanarak, işlem çok daha fazla zaman almaktadır. Özellikle Flash CS4 ile; bitmap bazlı bir program olan Adobe Photoshop'un .PSD ve vektörel bazlı program olan Illustrator'un .AI uzantılı dosyalarını katman ve yapılarını koruyarak programa aktararak bir arada çalışılmasına olanak sağlanmaktadır.

Elektronik ortam yayınlarında kullanılan müzik dosyalarının yanı sıra, büyük boyutta yer kaplayan "wav" ve "mp3" biçimleri Flash teknolojisinde ses kalitesi bozulmadan %5'e kadar sıkıştırılabilmekte ve kullanılabilir. Böylece, tasarlanacak bir elektronik dergi'nin arka plan sesleri ve müzikleri Flash programıyla rahatlıkla oluşturulabilmektedir.

Flash programıyla tasarlanan e-dergilerin etkileşim özellikleri "actionscript" denilen özel kodlarla sağlanmaktadır. Sayfa çevirme, üzerine gelince renk değiştiren görüntüler, fare hareketini izleyen yazılar gibi bir çok farklı fikir tasarıma uygulanabilmektedir. Tüm bu uygulamalar görevi bu özel kodları yazmak olan programcılar tarafından yapılmaktadır. Özgün bir e-dergide tasarımı yapılan çalışmaya istenilen etkileşim özellikleri çerçevesinde özel kodlar da yazılabilmektedir.


Biten bir çalışma SWF uzantılı olarak hemen hemen tüm bilgisayarlarda olan Flash Player ile gösterilebileceği gibi, özel belge kaydetme seçenekleriyle yayımlanacağı ortamda kendi başına çalışan (standalone exe) biçimine de dönüştürülebilmektedir (Bkz. 80. Görüntü).

4 Bilgisayar ekranında, bellekteki veri bitlerinin doğrudan karşılığı olan renkli noktalardan oluşmuş görüntü biçimi." (Cotton ve Oliver, 1997, s.27)

Boot 17 | İçindekiler

journey

Journey'nin Hayatındaki Yeri: Evet, belki klasik bir başlangıç olmuyor, ancak şunu demeliyim ki yazımın tümünde izleyeceğim yol bu. Öncelikle Journey kimdir nedir gibi sorularla giriş yapmamam gerektiği kanısına vardım. Çünkü Journey bence başlı başına bir kültür. Öncelikle bu kültürü anlatmam gerekli. 70 ve 80'li yılları çok seven biri olarak, o yıllarda yeni yeni adını almaya başlayan, daha sonraları ise "efsane" olan grupları tanıtaçağım bu aydan itibaren (kıscacı: "Eskici" bölümünü bu aydan itibaren devralıyor Armağan-Alper).



Neden Journey?
İlk yazım olması sebebiyle ve 70'li ve 80'li yılları inceliyor olmamdan dolayı en iyi kararın Journey olduğunu düşündüm. Çünkü Journey grubu benim aklımda her zaman 70'ler son çeyreği ve 80'ler ilk yansımasıyla yaptıklarıyla hatırlanacak. Bu yüzden, her iki kuşağı da çok iyi yansıttığı için Journey ilk sıradama yer aldı.

Journey Olgusu
Daha önce de bahsettiğim gibi Journey başlı başına bir kültür. Şimdi gelin Journey'nin orijinine "Yolculuk" yapalım.

Steve Perry'den Önce: Tarihler '73 yılını gösterirken San Francisco, California'lı gençler, Neal Schon (lead gitar), Gregg Rolie (klavye), Ross Valory (bas), George Tickner (ritim gitar), Prairie Prince (davul), Winterland'da ilk kez görünürler. Ancak daha sonra grup içinde çıkan anlaşmazlıklar sonucu grup dağılır. Bu dönemde Jazz-Rock ağırlıklı şarkılar yaparlar.

Steve Perry ve Journey Macerası:
Eski Alien Project solisti Steve Perry George Tickner'in grubu terk etmesiyle gruba dahil oldu (çok kısa bir süre Robert Fleischman da Journey'e yerini alsa da pek tutunamadı). Ayrıca ilk yıllarda

Prince'in (davul) yerine geçen Aynsley Dunbar ise gruptan pek memnun değildi. Dunbar, Jefferson Starship grubuna yetkenlerini açarken, Steve Smith Journey'nin yeni davulcusu olarak yerini aldı. Tarihler '79 yılını gösteriyordu.

Yıllar ve Albümler
'78:Infinity
The Billboard 200:21
Steve Perry (vokal), Neal Schon (gitar), Gregg Rolie (klavye), Ross Valory (bas), Aynsley Dunbar (davul)
Steve Perry ile ilk tanışmamız olduğu için oldukça önemli bir albüm. Bu albümde özellikle "Lights", "Wheel In The Sky" ve "Winds Of March" şarkılarını çok severim. Ayrıca "Wheel In The Sky" şarkısı gelmiş geçmiş en iyi rock baladlarından biridir.



1987 eskici yaz: Armağan Kanca B17 Mayıs-Haziran 2017

80. Görüntü: *Boo!* Türkçe yayımlanan kültür-sanat, yaşam, teknoloji içerikli e-dergi görüntüsü (<http://www.booderji.com>).

3.1.3 HTML Dergiler

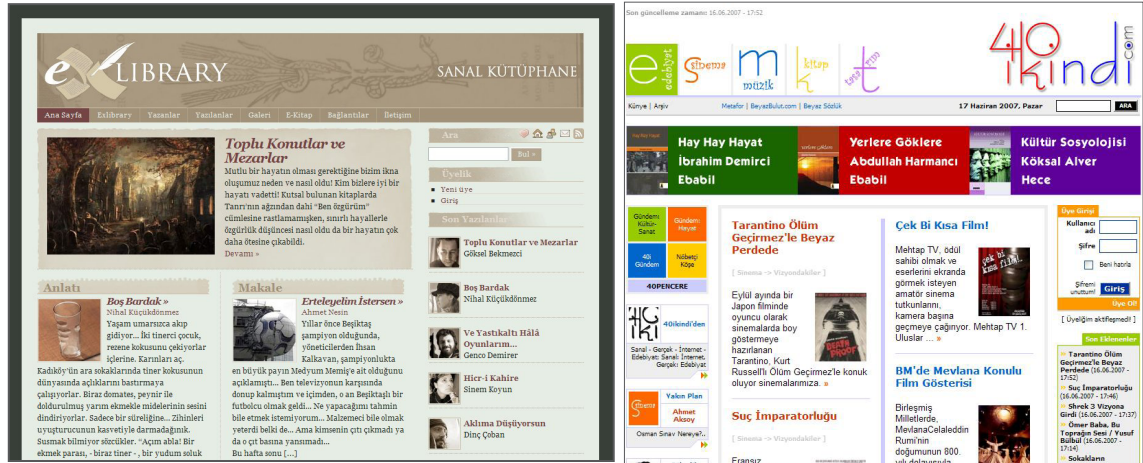
Agah Gümüş "Bilgisayarlı İletişim" kitabında HTML'i (Hareketli Metin İşaretleme Dili / Hyper Text Markup Language); metinler ya da diğer biçimdeki verileri, İnternet üzerinden görüntülemek için kullanılan komutlar dizisi olarak tanımlamaktadır (Gümüş, 2004, s.32).

HTML komutlar sayesinde web sayfalarının birbirlerine nasıl bağlanacakları, sayfalar içerisindeki yazı, resim ve grafiklerin nasıl yerleştirileceği belirlenmektedir. HTML dili ile oluşturulmuş belgeler Windows Explorer, Netscape Navigator, Mozilla Firefox gibi tarayıcılar (browser) aracılığıyla İnternet üzerinde görüntülenmektedir.

HTML olarak hazırlanan e-dergiler web sayfası görünümündedirler. Çoğunlukla ekranın üst kısımda yatay olarak bulunan dergi ismini, hemen altında ya da ekranın sol kısmında yönlendirme düğmeleri sıralanmakta, sayfa akışı yukarıdan aşağı doğru olmaktadır.

Metin ve görsellerden oluşan HTML dergilerde belli kısımlarda görsel etki amacıyla Flash, GIF olarak hazırlanan hareketli görüntüler veya videolar yerleştirilebilmektedir. Hareketli grafiklerin, ses dosyalarının İnternet hızına bağlı olarak yüklenme süresi

daha uzundur. Buna bağılı olarak dergilerin çabuk yüklenerek, okur tarafından tümünün izlenebilmesi amacıyla HTML biçimindeki e-dergilerde hareketli grafik ve ses dosyalarının kullanımı tercih edilmemektedir. HTML dergiler özellikle akademik makale, inceleme yazısı, yazın içerikli e-dergilerin yayımlanmasında en çok tercih edilen dergi biçimidir. Bunun yanı sıra sanat, tasarım, müzik, yaşam kültürü gibi konular çerçevesinde hazırlanmış e-dergiler de bulunmaktadır (Bkz. 81. Görüntü).



81. Görüntü: *Exlibrary* ve *40ikindi* (<http://www.40ikindi.com>) e-dergilerden görüntüler.

3.2 İÇERİKLERİNE GÖRE ELEKTRONİK DERGİ TÜRLERİ

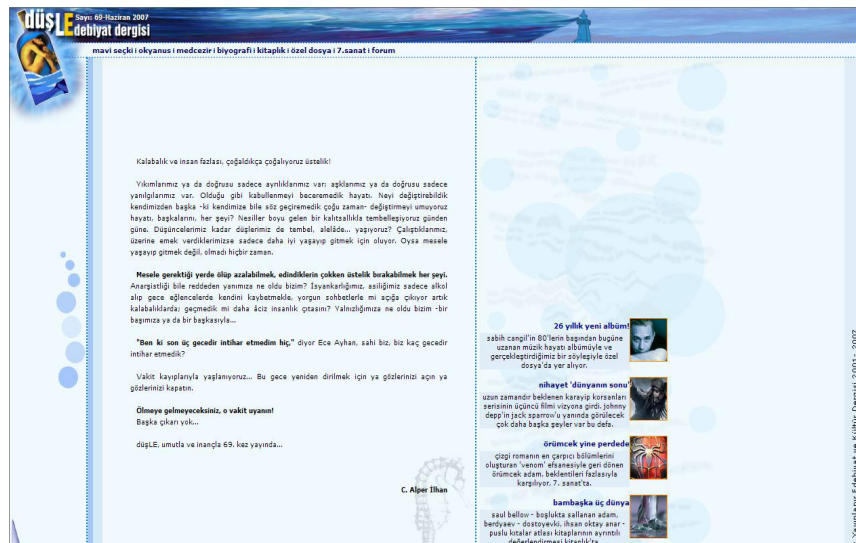
Çoğunlukla aylık ya da yıllık olarak yayımlanan e-dergiler, yazın, bilim, moda, sanat, tasarım, teknoloji, magazin, alışveriş gibi farklı içeriklere sahip olabilmektedir. İlerleyen zaman içerisinde dergilerin yayımlandığı içerikler artarak basılı dergilerden çok daha fazla çeşit dergi tasarlanacak ve ilgi görecektir. Günümüzde içerikleri ve tasarımları açısından kaliteli örnekler kadar yetersiz bir çok e-dergiye de rastlanmaktadır.

Akademik dergiler, çoğunlukla üniversitelere bağılı fakülte, enstitü ya da araştırma gruplarınca hazırlanan, bilimsel, sanatsal, düşünsel alanda ve birçok akademik konudaki makale ve yazıları içeren yayınlardır ve çoğunlukla hiç görsel içermezler. Mayıs 2004' de yayın hayatına başlayan, ulusal hakemli bir dergi olan ve üç ayda bir yayımlanan Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları e-dergisi akademik dergilere örnektir (Bkz. 82. Görüntü).

Anasayfa	Resimlerle Atatürk	Yönetim	Enstitü Kurulu	Bölümler	Akademik Takvim	Duyurular	Formlar	Tez Arama Motoru
Dergi Anasayfa	Tüm Sayılar	Yazım Kuralları	Dergi Künyesi	Dergi Hakkında				
2004 Yılı: 1 Sayı: 1 Dönem: Mayıs								
Yrd.Doç.Dr.Yaşar ÖZÜÇETİN								
Egemenliğin, Demokratik-Millî Hakimiyete Dayanması ve Yeni Türk Devletinde Görünümü								
EGEMENLİĞİN, DEMOKRATİK-MİLLÎ HAKİMİYETE DAYANMASI VE YENİ TÜRK DEVLETİNDE GÖRÜNÜMÜ								
Yrd. Doç. Dr. Yaşar ÖZÜÇETİN								
Abstract								
The Appearance Of Sovereignty, Democratic, National Domination On The New Turkish State								
On the basis of democracy thought and the sovereignty based on the public relays on the individuals has basically reflects public principal. The nation which formed by individuals has more determination than the members. Sovereignty and nation have these rights. Nation's determination is rather different than individual will. Sovereignty can't be transferred or shared with somebody. There is a public at the foundation of the republic. And the government gets its power from the public.								
The principal of National Sovereignty has been taken its place in the new Turkish developing state. National Sovereignty has been formed in the Turkish Grand National Assembly. This system has been written on the Turkish National Constitution.								
Key Words: National Sovereignty, Nation Will, The New Turkish State								
Özet								
Egemenliğin, Demokratik-Millî Hakimiyete Dayanması ve Yeni Türk Devletinde Görünümü								
Demokrasi düşüncesinin temelinde, egemenliğin halka dayalı olduğu yönetim biçimi ve siyasal sistem olmakla birlikte, toplum hayatını yönetecek, bütün bireylere dayanması ilkesi bulunur. Millet kendisini oluşturan fertlerden ayrı ve onların üstünde bir iradeye sahiptir. Egemenlik, bu kolektif iradeye, millet iradesine ait bir haktır. Millet iradesinin ferdi iradelerden ayrı ve bağımsız bir kimliği ve kıymeti söz konusudur. Egemenlik tektir, bölünemez ve devredilemez. Cumhuriyetin temelinde, egemenliğin kaynağının halk olması, iktidarın halk tarafından seçilmesi ve halkın isteği doğrultusunda kullanılması anlayışı vardır.								
Millî egemenlik ilkesi, "Yeni Türk Devleti" nin kuruluş hazırlıkları içinde gelişmiş ve oluşmuştur. Millî egemenlik, TBMM'inde bir millet gücü olarak bilinçli ve şuurlu bir şekilde ortaya çıkmış ve Türkiye Cumhuriyeti'nin anayasalarında yer almıştır.								
Anahtar Kelimeler: Millî Egemenlik, Millet İradesi, Yeni Türk Devleti								
Giriş								

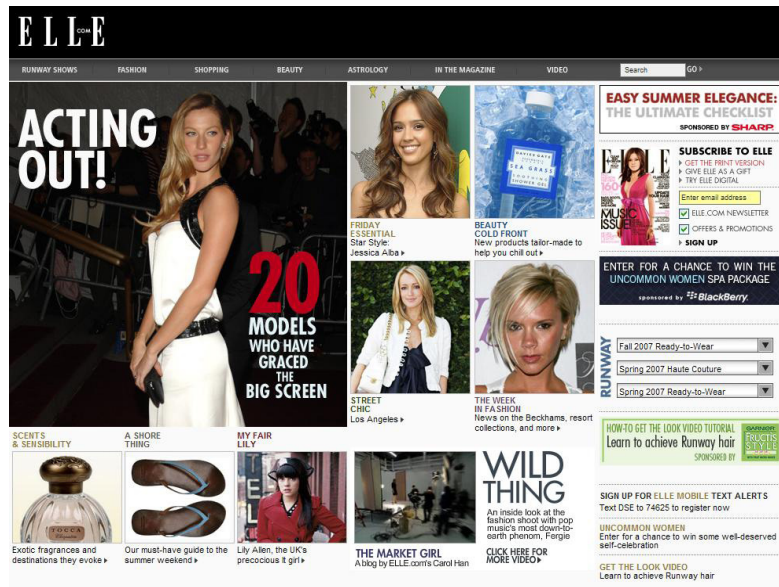
82. Görüntü: G.Ü. Sosyal Bilimler Araştırmaları e-dergisi görüntüsü.

İnternetteki yazın ve güncel içerikli elektronik dergilerin bir çoğu okurlardan gelen yazıların, görsellerle bir arada sunulduğu derleme biçimindeki yayınlardır. Temel olarak okur yorumlarına ve gönderilerine yer veren bu tip dergiler, basılı dergi ve gazetelerden güncel haber alıntıları da yapabilmektedir (Bkz. 83. Görüntü).



83. Görüntü: *Düşle* yazın alanında yayımlanan e-dergi görüntüsü.

Moda, alışveriş konularında haber ve yorum içerikli elektronik dergilerin içerikleri ise çoğunlukla yabancı yayınlardan aldıkları haber ve görüntülerle oluşturulmaktadır. Cemiyet haberleri, etkinlikler, moda ile ilişkili her türlü haber ve görüntüye ulaşmak isteyenler için renkli bir yayın türüdür. Dünyanın birçok ülkesi ve Türkiye’de basılı olarak da yayımlanan moda dergisi olan Elle bu türe ait bir e-dergi örneğidir (Bkz. 84. Görüntü).



84. Görüntü: *Elle* e-dergisine ait ekran görüntüsü.

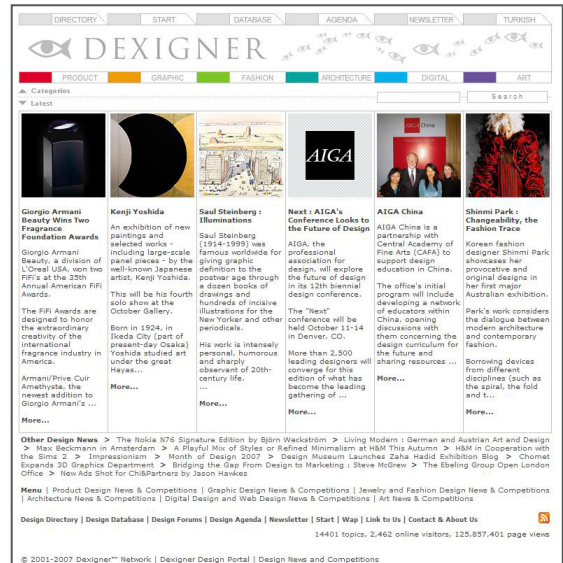
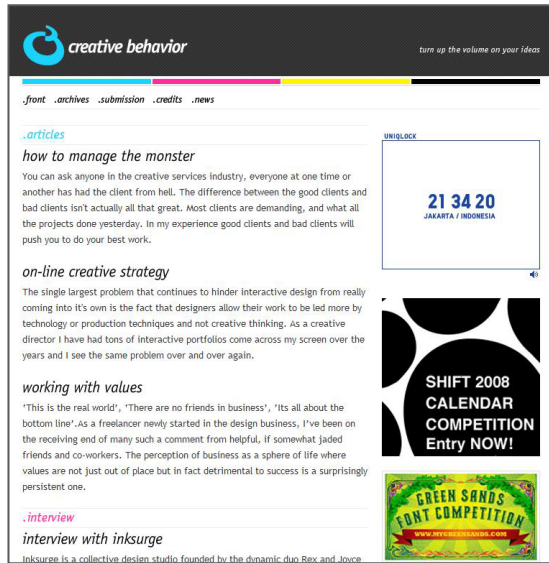
Teknoloji konulu dergiler ise gelişen ve sürekli değişen teknolojiler hakkında okurlarını bilgilendirme amacındadır. Donanım, yazılım, ürün denemeleri, yorumlar, temel

bilgisayar dersleri içerikli makalelere sahip bu tip dergiler farklı alanlara ilgi duyan bir çok kişiye fayda sağlamaktadır. Bu tip dergiler, tartışma (forum) sebebiyle birçok kullanıcının aynı anda bilgi alışverişinde bulunmasına olanak vermektedir, Ayrıca site yöneticilerine, makale yazarlarına gönderilen soru ve öneri e-postaları derginin içeriğini güncel tutmaktadırlar (Bkz. 85. Görüntü).

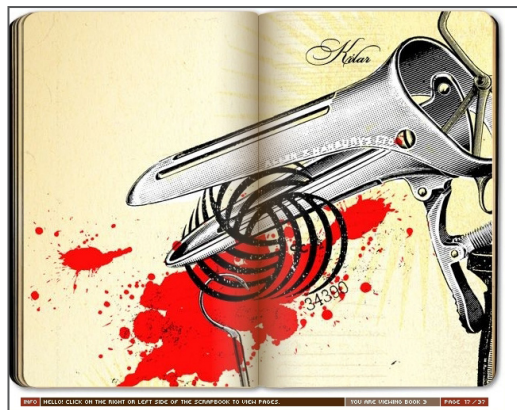
The screenshot shows the PC World website interface. The header is red with the 'PC WORLD' logo and a search bar. Below the header is a navigation menu with links like 'Ana Sayfa', 'Forum', 'Haberler', 'İncelemeler', 'Online Makaleler', 'Dergide Bu Ay', 'Önceki Sayılar', 'Abonelik', 'Künye', and 'Bize Ulaşın'. The main content area includes a 'PC World Online Yazarı Olmak İster misiniz?' section, an 'ATI'den DirectX 10'a Merhaba' advertisement, a 'PC World Forum' section with a poll, a 'PC World Aboneliği + = 78 YTL' banner, a featured article about an MSI laptop with the headline 'Dünyanın İlk Overclock Olabilen Dizüstü Oyun Bilgisayarı', and a 'Forum'dan Başlıklar' section listing various forum topics.

85. Görüntü: PCWorld basılı ve elektronik ortamda yayımlanan derginin ekran görüntüsü.

Tasarım ve sanat alanındaki e-dergilerin, içerikleri çok genel olarak kültür, sanat, tasarım haberleri ve çalışma örneklerinden oluşmaktadır. İnternette yayımlanan tasarım dergileri, temelde iki gruba ayrılmaktadır. Birinci grup; sadece makaleler, yarışma haberleri yayımlayan, bilgi içeriği yüksek, daha az görselliğe sahip dergilerdir. Bu gruba örnek verilebilecek e-dergiler; *Dexigner*, *Creative Behavior*, *PingMag*'dir (Bkz. 86. Görüntü). Diğer gruptakiler ise durağan ve/veya hareketli görsellerin ağırlıklı kullanıldığı, özellikle tasarımcı çalışmalarının sergilendiği sunum dosyaları (portfolyo) biçimindedir, yazılı bilgi içermezler. Bu gruba ait e-dergilerden bazıları; *New Porker*, *Four Minutes to Midnight* (23.56), *Scrapbook'dur* (Bkz. 87. Görüntü).



86. Görüntü: *Creative Behavior* (sol), *Dexigner* (sağ) e-dergilerine ait görüntüler.



87. Görüntü: *Scrapbook* (sol), *New Porker* (sağ), e-dergilerine ait görüntüler.

Birinci gruptaki dergiler içerik anlamında doyurucu olmasına karşın, özellikle görsel öğeler ve etkileşim özelliklerinin etkin biçimde kullanılmaması sebebiyle okurlar tarafından tercih edilmemesi sorunlarıyla karşılaşmaktadır. İkinci grup dergilerin ise metinsel bilgi içermemesi, okurların dergiyi inceleyip, kısa süre sonra unutabilmesi tehlikesini taşımaktadır. Önemli olan bu iki grubu doğru harmanlayabilmektir. Amaç, kullanıcının okurken bilgilenebileceği, görsel gücü yüksek bir dergi tasarlama endişesi olmalıdır.

3.3 ELEKTRONİK GRAFİK TASARIM DERGİLERİ

Yayımcılık alanında çok yeni olan e-dergiciliğin grafik tasarım alanındaki örnekleri de çok çeşitlidir. Bu sebeple araştırılan elektronik tasarım dergilerinin isim ve bağlantı

adresleri ek liste olarak (Bkz. 1. Ek) çalışmanın sonunda verilmektedir. Bu bölümde incelenen dergilerin seçiminde farklı ülkelere ait olmasına, içerik ve tasarımında kullanılan teknikler gereği değişik kimliklere sahip olmasına dikkat edilmiştir. Tasarım alanındaki e-dergiler içerikleri açısından çok temel olarak ikiye ayrılabilir. Büyük kısmı, yalnızca tasarımcı/sanatçılara ait çalışma örneklerini sunmakta, çok azı ise makale, röportaj ve haber içerikli metinler ile çalışma örneklerini bir arada okura iletmektedir. Çok genel olarak tanıtılacak bu e-dergilerin görsel iletişim açısından incelenmesi ve karşılaştırılması çalışmanın 4. Bölümünde (Bkz. Syf 98) yapılmaktadır.

3.3.1 Bak

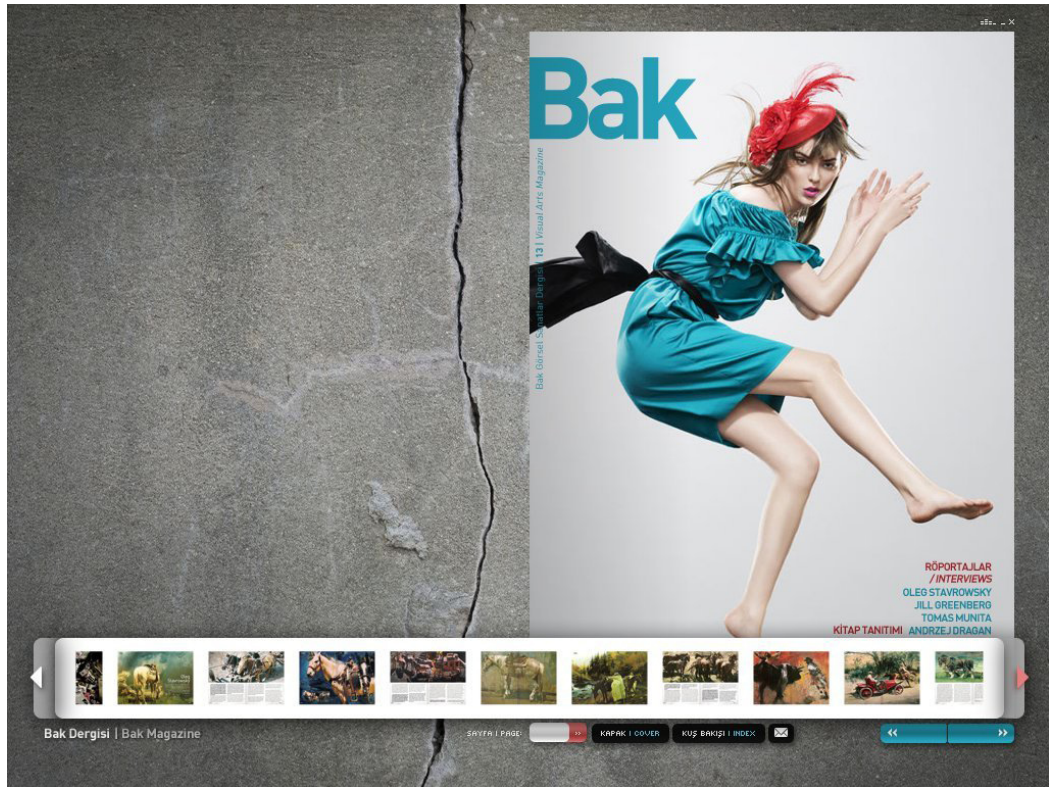
Bak Görsel Sanatlar Dergisi (<http://www.bakmagazine.com>), yayın hayatına 2006 yılı Ocak ayında başlayan bir Türk dergisidir. Grafik tasarım, resimleme, fotoğraf ve baskı çalışmalarının okura sunulduğu dergide, yerli/yabancı tasarımcı ve sanatçılarla yapılan röportajlara, kitap tanıtımlarına ve çeşitli haberlere de yer verilmektedir.

Derginin içerik ve grafik tasarımı Ozan Karakoç, teknolojik çözümlenmesi ise Timur Akçay tarafından yapılmaktadır. Derginin uygulaması, basılı bir dergi sayfası biçiminde hazırlanan sayfa görüntülerinin özel bir program yardımıyla sayfa sayfa çevrilmesi ilkesiyle çalışmaktadır. *Youcanflip* (<http://www.youcanflip.com>) gibi firmalar tarafından ücret karşılığında satılan bu programlar, okurda basılı dergiyi inceliyormuş duygusu yarattığı için bir çok e-dergi tarafından da tercih edilmektedir.

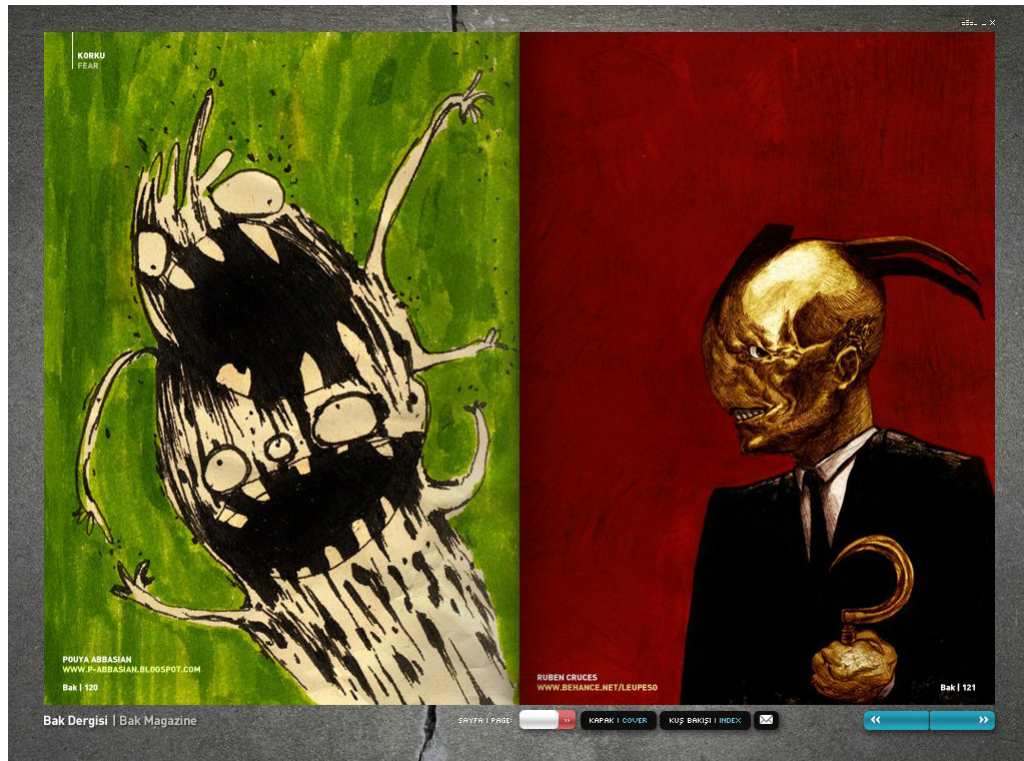
Bilgisayara indirilerek izlenen dergi, PC ve Mac ortamları için ayrı ayrı hazırlanarak web sitesinde okura sunulmaktadır. Ortalama her sayının büyüklüğü 30-35 MB arasındadır. Sıkıştırılmış bir dosya olarak gelen dergi Winzip/Winrar gibi yardımcı programlar aracılığıyla açılarak bilgisayarda görüntülenebilmektedir. Dergi dosya büyüklüğünün fazla olması, hızlı bir İnternet bağlantısı gerektirmektedir.

Açık haldeki dergi bir zemin görseli üzerinde takip edilmektedir. Bu zemin üzerine yerleştirilmiş düğmelerle okur, sesi açıp kapatmak, sayfalar arasında gezinmek, e-posta göndermek, dergi web sitesine bağlanmak gibi temel etkileşim özelliklerini kullanabilmektedir. Düğmeler derginin dışındaki zeminde altta ve üstte sabit olarak sürekli görüntülenmektedir. Okurun dolaşımını kolaylaştıracak düğmeler, ihtiyaca göre ilerleyen sayılarda eklenmektedir. Örneğin önceki sayılarda olmayan derginin içindekiler bölümüne hızlı ulaşım düğmesi son sayılarda "kuşbakışı/index" ismiyle eklenmiştir. Buna ek olarak sayfa altına görsel ön izlemeye sahip yatayda hareketli

bir menü yerleştirilmiştir. Derginin farklı bölümlerindeki çalışma örneklerine sayfaları çevirmeden ulaşan kullanıcı hızlıca göz atabilmektedir (Bkz. 87. Görüntü).



87. Görüntü: *Bak* dergisi (Eylül 2008, 13. sayı) düğme ve menü yerleşimi (<http://www.bakmagazine.com>).

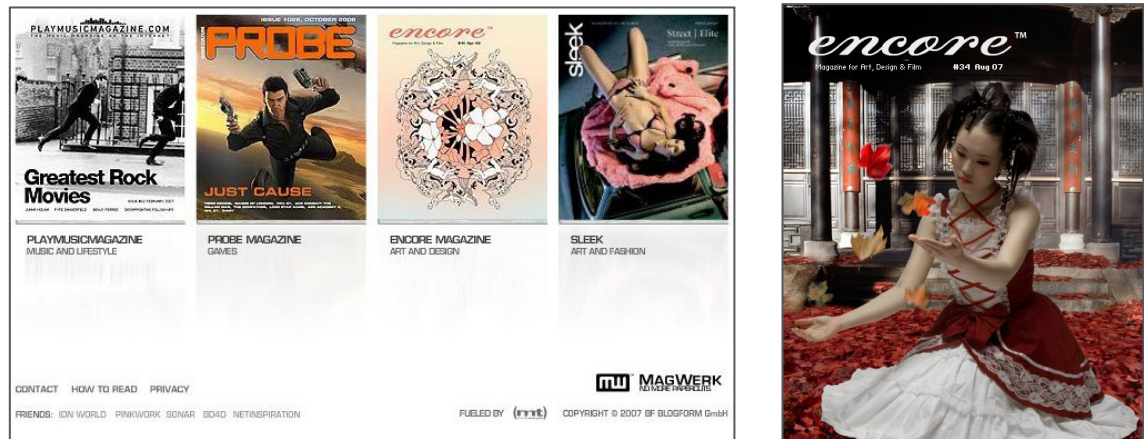


88. Görüntü: Korku temalı Eylül 2008 sayılı *Bak* dergisi'nin karşılıklı iki sayfa görüntüsü (<http://www.bakmagazine.com>)

Dergi içeriğinde herhangi bir etkileşimli öge veya hareketli görüntü bulunmamaktadır. Sayfalardaki yazı ve görüntülerin kopyalanması kullanılan özel programlama dilleri ile engellenmektedir. Okur köşelerine tıkladığı sayfaları çevirerek, varsa sesleri açıp kapatarak dergiyle etkileşime geçebilmektedir. Aylık yayımlanan derginin her sayısı için farklı bir tema seçilmektedir. Bu temaya özel tasarımcı ve sanatçılardan gelen çalışma seçkisi ve röportajlar derginin aylık içeriğini oluşturmaktadır (Bkz. 88. Görüntü). Zaman zaman yarışma haberleri ve kitap tanıtımları gibi farklı bölümler derginin içeriğine katkıda bulunmaktadır.

3.3.2 Encore Magazine

Encore Magazine, Alman Magwerk firmasına ait, 2004'den bu yana aylık yayımlanan sanat ve tasarım içerikli e-dergisidir. Magwerk, benimsediği “no more papercuts (artık kağıt kesiği yok)” felsefesinde yayınladığı bir çok dergisiyle e-yayımcılık alanının etkin firmalarındandır. Magwerk'e ait diğer dergiler; müzik ve yaşam biçimi dergisi *Playmusic*, bilgisayar oyunları içerikli *Probe*, sanat ve moda dergisi *Sleek*'dir (Bkz. 89. Görüntü).



89. Görüntü: Magwerk firmasına ait e-dergiler, *Playmusic*, *Probe*, *Sleek* ve *Encore Magazine* kapak görüntüleri (<http://www.magwerk.com>).

“Yeniden sahneye çıkmak, ikinci kez (*Fr. bis*)” anlamına gelen *Encore*'un içeriğini; sanat, tasarım, resimleme, fotoğraf ve film gibi konularda yazılmış makaleler, röportajlar ve sanatçı/tasarımcılara ait çalışmalar oluşturmaktadır. Almanca ve İngilizce dillerinde yayımlanan dergi 2005 ve 2006 yıllarında tasarımı ve içeriğiyle yılın en iyi elektronik dergisi ikincilik ödülü sahibidir. HTML sayfa içerisinde kullanılan özel kodlar ve Flash teknolojisi ile web sayfası biçiminde görüntülenmektedir. Kullanılan bu

teknolojiler, sayfa sayısının çokluğu ve yoğun etkileşim özellikleri sebebiyle derginin yüklenme hızı zaman almaktadır. Dergi İnternette takip edilmekte, bilgisayara indirilememektedir. Derginin eski ve güncel tüm sayılarına “<http://www.magwerk.com>” web adresinden ulaşılabilir. İçerisinde kullanılan etkileşimli öğeler ile elektronik dergiciliğin en iyi temsilcilerindendir.

Encore dergisi, okur tarafından tercihi yapılabilen zemin görseli ve ses seçenekleri ile sunulmaktadır (Bkz. 90. Görüntü). Okur zemin görseli üzerine yerleştirilen 4 adet düğme ile dergiyi incelerken arka planda çalmasını istediği müzik parçası ve zemin dokusu tercihlerini yapabilmekte, sesleri açıp kapatabilmektedir. Ayrıca kullanılan diğer düğmeler sayesinde derginin geçmiş sayılarına kolayca erişim sağlanabilmektedir. Sayfalar arası gezinti alta yerleştirilen karşılıklı sayfa biçimindeki sembollere ya da dergi sayfalarının köşelerine tıklayarak yapılmaktadır.



90. Görüntü: 3 farklı tema için hazırlanan karlı zemin, ofis masası, çimenli zemin görüntüleri üzerinde *Encore* dergisinin açık biçimdeki kullanımı (<http://www.magwerk.com>).

Dergi içindeki etkileşim öğeleri çok çeşitli olabilmektedir. Okur tek bir tıklama ile konuyla ilgili web adresine, makalenin yazarı veya tasarımcısına ait e-posta bağlantısına kolayca erişebilmektedir. Bu bağlantı düğmeleri çoğu zaman metin biçiminde, üzerine yaklaşınca renk değiştiren veya hareket eden biçimlerde tasarlanmaktadır (Bkz. 91. Görüntü).



91. Görüntü: *Encore* dergisi sayfa altında bulunan düğme ve menü görüntüleri (<http://www.magwerk.com>).

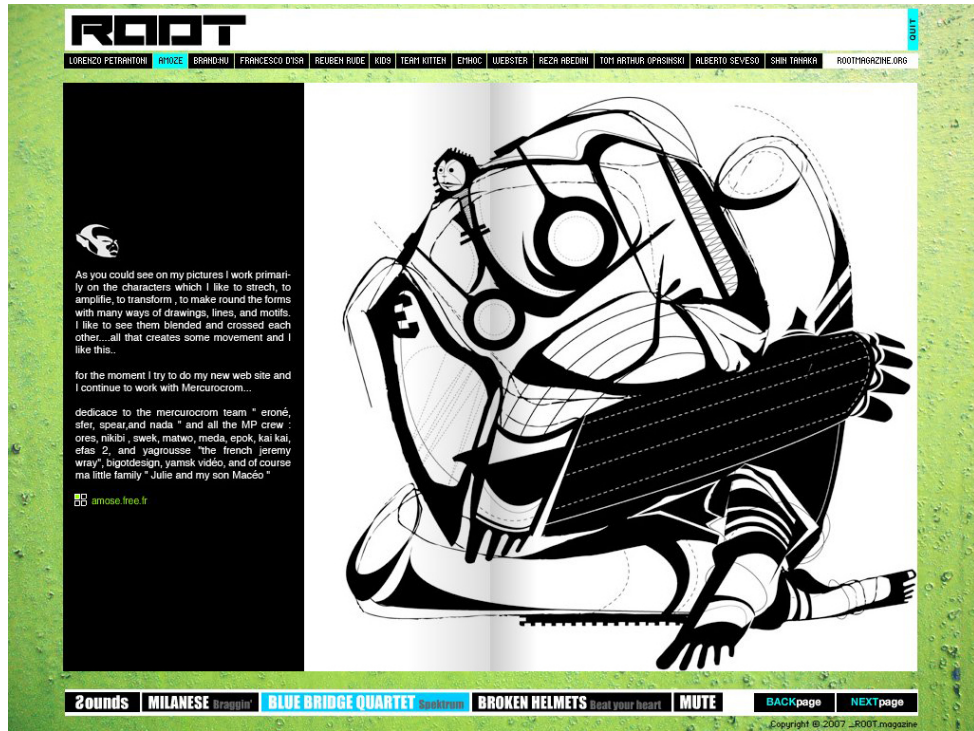
3.3.3 Root Magazine

2004 yılında yayın hayatına başlayan Root Magazine, altı ayda bir yayımlanan İtalyan grafik, resimleme ve fotoğraf içerikli e-dergisidir. Flash teknolojisi ile hazırlanan dergi bilgisayara indirilerek incelenmektedir. Pc ve Mac ortamları için iki farklı belge olarak indirilen derginin boyutu ortalama 50-55 MB.'dır (Bkz. 92. Görüntü).



92. Görüntü: Root dergisi giriş sayfası görüntüsü (<http://www.rootmagazine.org/>).

Her sayı için özel seçilen zemin üzerinde, karşılıklı iki sayfa biçiminde okura sunulan dergi, ortalama 190 sayfadır. Diğer dergilerden farklı olarak 3 farklı arka planda çalmak üzere 3 farklı müzik parçası okur tercihine sunulmaktadır. Okurun dergi içindeki gezinimi üst ve alt kısımlarına yerleştirilen düğmeler yoluyla sağlanmaktadır. Sayfanın altında müzik, ses ve ileri-geri düğmeleri, üst kısımda ise içindekiler sayfasına ait bağlantılar yer almaktadır. Sayfaların üst bölümündeki menü, dergideki konu başlıklarını gösteren düğmelerden oluşturulmuş ve renk değiştirmektedir. Sayfalar arasında gezinti, sayfa köşelerine tıklayarak olabileceği gibi derginin altına yerleştirilmiş ileri ve geri düğmeleriyle de mümkündür (Bkz. 93. Görüntü).



93. Görüntü: Root dergisi düğme ve menü görüntüleri (<http://www.rootmagazine.org/>)

Dergi az sayıda yazı ve röportaj içermekte, çalışmalara ait görüntüler tüm sayfayı kaplayacak biçimde yerleştirilmektedir. Çalışmaların bulunduğu sayfalarda sanatçılara/ tasarımcılara kişisel web sayfalarına bağlantılar verilmiştir. Sayfaların tasarımlarında bölüm sayfa numaralarının kullanılmaması, okuyucunun derginin hangi bölümünde olduğunu karıştırma sorununu doğurmaktadır. Bölümler arasında ilerlerken bir isme tıkladığında, doğrudan o bölüme gitmek yerine sayfaların okura gösterilerek tek tek çevrilmesi zaman kaybettirmektedir. Tasarlandığı program gereği istenirse düğme tıkladığında doğrudan istenilen bölüme bağlantı sağlanabilirken okura sayfaların tek tek gösterilmesi; bilinçaltına zorunlu olarak diğer sayfaların görüntülerinin yerleştirilmesi amacına yönelik olabilir.

İlk sayısında zemin seçeneklerinden, ses açma kapama tuşuna kadar bir çok çeşitli düğmeyi barındıran derginin özellikle son sayılarında sadece derginin merkezde olduğu daha yalın bir tasarım anlayışı benimsenmektedir. Basılı dergilerde kullanılan asetat ve kağıtla yapılan özel tasarım etkilerini iç sayfalarda kullanılmıyyla diğerlerinden farklıdır. Sayfa çevirmede kullanılan özel etkiler sebebiyle bazı sayfalar yarı transparan veya gramajı yüksek kağıt gibi davranabilmektedir. Birbirini takip eden kimi sayfalarda ard arda konan durağan görüntüler ile oluşturulan basit hareketli görüntüler, dergiye canlı bir hal vermektedir (Bkz. 94. Görüntü).



94. Görüntü: *Root* dergisinde tek sayfada görüntülenen hareketli görüntü örneği (<http://www.rootmagazine.org>).

3.3.4 Humus

Hollandalı bir tasarım grubunun yayını olan *Humus* diğer dergilerden farklı bir boyutta, küçük bir not defteri formunda okura sunulmaktadır (Bkz. 95. Görüntü). Her sayıda değişen kapak rengi dışında sade ve basit bir tasarım anlayışına sahiptir. “Görselliğin, yaratıcılığın ve fikirlerin sınırları olmadan sergilenebildiği bir alan” derginin felsefesini oluşturmaktadır (<http://www.humus.nu>).



95. Görüntü: *Humus* dergisinin geçmiş sayıları ve 7. sayı kapak görüntüsü (<http://www.humus.nu>).

Flash teknolojisiyle hazırlanan *Humus*, bilgisayara indirilerek takip edilmektedir. *Humus* etkileşim özelliklerine sahip olmaması, boyutunun küçüklüğü ve sayfa sayısının azlığı gibi sebeplerle 3-8 MB gibi küçük bir belge büyüklüğüne sahiptir. Böylece dergi okurlar tarafından bilgisayarlarına rahatça indirebilmektedir.

Tasarımcı çalışmalarının yer aldığı Humus, metin içermemekte sadece çalışma örneklerine ait görsellere yer vermektedir. Derginin içeriğini grafik tasarım, resimleme, fotoğraf, şiir ve hareketli görüntüler oluşturmaktadır. JPG, GIF, Flash belge uzantılı olarak okurlar tarafından gönderilen çalışmalar, sayfalara yerleştirilmekte, tasarımcı/ sanatçının adına ve kişisel web adresine bağlantılar verilmektedir (Bkz. 96. Görüntü). Flash programında tasarlanan diğer e-dergilerden farklı olarak bu bağlantı adresleri hiç bir etkileşim özelliği içermemektedir. Verilen bu web adresi ve e-posta bağlantıları adreslerini okurun kağıda not alması gerekmektedir. Okurun dergiyle etkileşimi sadece sayfa ilerleme hareketiyle sınırlıdır. Fakat derginin sayfa numarası ve ileri-geri tuşlarına sahip olmaması, kullanım açısından temel zorluklara neden olabilmektedir. Örneğin derginin orta sayfalarından baş kısmındaki bir çalışmaya doğrudan ilerlenmesi olanaksızdır. Bu durum okurun dergiyi takip ederken tek yönde ilerlemesini zorunlu hale getirmektedir.



96. Görüntü: *Humus* dergisi iç sayfalarından görüntüler (<http://www.humus.nu>).

3.3.5 BigMag

BigMag, ilk sayısı 2006'da yayımlanan, sanat, fotoğraf, resimleme, reklam, müzik, film içerikli bir Rus dergisidir (Bkz. 97. Görüntü). İnternet sayfasından (<http://www.bigmag.net>) bilgisayara indirilerek incelenmektedir. Flash'da yapılmış derginin belge boyutu 20-50 MB arasında değişmektedir.



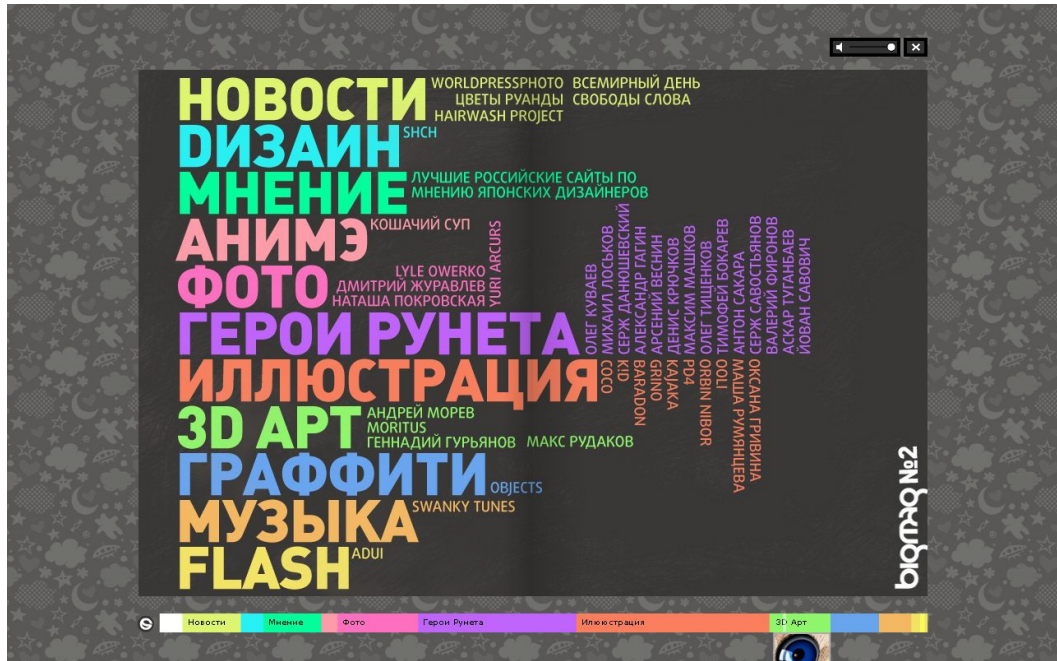
97. Görüntü: *BigMag* elektronik dergilerine ait kapak görüntüleri.

Bigmag tamamı Rusça yayımlanmakta, ikinci bir dil seçeneğine sahip değildir. Dergi fotoğraf, tipografi, resimleme, ürün tasarımı, grafik tasarım ve tasarım haberleri ve basılı bir dergi kadar çok sayıda reklam sayfasına sahiptir. Derginin etkileşim özelliği sayfa içindeki e-posta veya web adresi bağlantılarıyla sınırlıdır (Bkz. 98. Görüntü).



98. Görüntü: *BigMag* elektronik dergisine ait iç sayfa görüntüsü.

İlk sayısı kare biçimde tasarlanan dergi sonraki sayılarında dikey dikdörtgen biçimde tasarlanmıştır. Dergi karşılıklı iki sayfa olarak bej bir zemin üzerinde okura sunulmaktadır. Bu zeminde ileri-geri düğmeleri, müzik seviyesi ve dergiyi kapatma düğmeleri bulunmaktadır. Sayfalar arasında gezinti, sayfa köşelerine tıklayarak olabileceği gibi derginin altına yerleştirilmiş düğmelerle de olabilmektedir. Derginin altına yerleştirilen içerikler bölümüne ait menü tasarımı oldukça ilginçtir. Menüde kullanılan renk, bölümleri ayırmak için çok başarılı biçimde kullanılmış, çalışmalar renklerin temsil ettiği parçalara ayrılmıştır (Bkz. 99. Görüntü).



99. Görüntü: *BigMag* elektronik dergisi içerikler sayfası görüntüsü.

Genel anlamda dolu ve farklı haberler içermesine karşın, düğmelerin üzerindeki yazılardan, içeriklere kadar tüm metinlerin Rusça olması derginin uluslararası düzeyde okur kaybetmesine neden olan önemli bir sorundur. Rusça yayımlanan derginin içeriğindeki makale ve çalışmaların bir bölümü dergiye ait web sitesinde (<http://www.bigmag.net>) İngilizce dil seçeneğiyle de sunulmaktadır.

3.3.6 PingMag

PingMag, Japon tasarım dergisi İnternet üzerinden web sayfası (<http://pingmag.jp>) biçiminde yayın yapmaktadır. Her ay düzenli olarak güncellenen site, Japon tasarım dünyasındaki gelişmeler yanında dünyadaki tasarım haberlerine de yer vermektedir. Konular, makale ve raporların etkili görseller eşliğinde sunumuyla okura ulaşmaktadır.

Derginin sayfasında içeriği oluşturan en temel konu başlıkları; resimleme, ambalaj tasarımı, İnternet, canlandırma grafikleri, müzik, fotoğraf, ürün tasarımı, tipografi, mimarlık, sanat, moda, sergi ve yarışma haberleri olarak belirlenmiştir (Bkz. 100. Görüntü).



100. Görüntü: *PingMag* elektronik dergisine ait iç sayfa görüntüsü.

PingMag'in İngilizce ve Japonca olarak yayınlanması, derginin çok sayıda okura ulaşmasını sağlamaktadır. Site genel olarak sade bir tasarıma sahip, hareketli görüntülere yer vermeyen yazı ve görsellerin kolaylıkla takip edilebileceği bir yapıya sahiptir (Bkz. 101. Görüntü). Çeşitli ülkelerden seçilmiş editörler tarafından hazırlanan, zengin içerikli farklı tasarım haberlerini içeren dergi, okurun sıkılmadan takip edebileceği şekilde düzenlenmiştir.

日本語 ENGLISH

Graphics Archive

Page: [1] [2](#) [3](#) »

	Katrin Olina: Inspirational Breeze From Up North Category: Illustration Worldwide September 8, 2008
	Tom Hingston Studio: Visualising Music Category: Graphics Music Worldwide September 3, 2008
	RYOONO: The Tenderness Of Garden Vegetables Category: Events & Exhibitions Fashion Illustration Japan August 22, 2008
	Be Inspired! A Trip To Tama Art University Category: Events & Exhibitions Graphics Japan August 6, 2008
	Pixelgarten: Layouts in Space Category: Events & Exhibitions Graphics Worldwide August 4, 2008
	Breda: A Dutch Town Gone Graphic Design Crazy Category: Events & Exhibitions Graphics Worldwide July 30, 2008
	London Grads 2008 Pt 2: Be Playful! Category: Events & Exhibitions Graphics Illustration Worldwide July 22, 2008
	Cool Packaging: Frozen Summer Treats From Japan Category: Graphics Japan July 17, 2008
	London Grads 2008 Pt 1: Who is The Next The Big Thing? Category: Events & Exhibitions Graphics Worldwide July 16, 2008
	Mumbreeze: In The Realm Of Papier-mache Creatures Category: Arts & Crafts Graphics Japan July 14, 2008
	Beyond the G8 Summit: Hokkaido's Creative Side Category: Graphics Illustration Japan Music July 9, 2008
	Studio Visit: Airstide Category: Graphics Worldwide July 2, 2008
	Colouring Books with Adults in Mind Category: Illustration Manga June 19, 2008
	Death Metal Art! Welcome to Hell... Category: Events & Exhibitions Features Illustration Japan June 4, 2008
	Paul Snowden: Wasted German Youth Category: Graphics Worldwide June 2, 2008
	Steven Wilson's Psychedelia Category: Illustration Music Worldwide May 30, 2008
	Cocca: Handmade Fabric Addiction Category: Arts & Crafts Graphics Japan May 19, 2008
	Yoshitaka Amano: Master Of Fantasy Category: Features Film / Animation Illustration Japan Manga May 2, 2008
	The Bunshi School of Edomoji Category: Arts & Crafts Japan Typography May 1, 2008
	Neighbourhood Patterns: Wrap the Setagaya! Category: Arts & Crafts Features Graphics Japan April 17, 2008

Play With Your Triennale

The [Yokohama Triennale 2008](#) is here! Until November 30th, Yokohama is invaded by interesting art and installations, curated by the likes of Mizusawa Tsutomu, Daniel Birnbaum, Hans-Ulrich Obrist or Beatrix Ruf! Open daily from 10 a.m. to 6 p.m., [access to the various sites](#) here.

Also, have a look at Chinese artist [Cao Fei's](#) installation at the Triennale and participate with your own virtual Triennale art project in her [RMB City](#) — being constructed in Second Life for a full launch in October. [More info](#) over here.

web plamo

pingmag
MAKE

Browse PingMag

- [» Japan](#)
- [» Architecture](#)
- [» Arts & Crafts](#)
- [» Conscientious Design](#)
- [» Events & Exhibitions](#)
- [» Fashion](#)
- [» Film / Animation](#)
- [» Graphics](#)
- [» Illustration](#)
- [» Internet](#)
- [» Manga](#)
- [» Music](#)
- [» Photography](#)
- [» Products](#)
- [» Street Art](#)
- [» Technology](#)
- [» Typography](#)
- [» Worldwide](#)

Recent Articles

	Moritz Waldemeyer: The LED Crafter 19 Sep 2008
	Trend Watch Harajuku: Deco-den All Over! 18 Sep 2008
	8mm Boxes 16 Sep 2008
	Tokyo Odyssey: Fachinko Parfour Glitz 12 Sep 2008
	Capsule Toy Machines Around The World 11 Sep 2008
	Metamorphose 08: Techno And Art 10 Sep 2008
	Katrin Olina: Inspirational Breeze From Up North 8 Sep 2008
	3 Years Of PingMag: Welcome To The Shop! 5 Sep 2008
	Architecture in Tokyo: A Ginza Walk 4 Sep 2008
	Tom Hingston Studio: Visualising Music 3 Sep 2008

101. Görüntü: PingMag elektronik dergisine ait giriş sayfası görüntüsü.

3.3.7 Jiklet

HTML biçiminde yayımlanan Jiklet'in içeriği kendi web sayfalarında "görsel iletişim, tasarım, trend, teknoloji, sanat, popüler kültür, alışveriş, kısa film, sinema, reklam filmleri, fotoğraf, pazarlama vb. gibi bir çok konuda fikir ve tavsiyelerde bulunan bir etkileşim merkezi" olarak tanımlanmaktadır (<http://www.jiklet.com>). Derginin içeriğini ambalaj tasarımı, video-film, fotoğraf, sayısal tasarım gibi farklı tasarım dallarındaki makalelere ve yerli ve yabancı kaynaklara verilmiş bağlantılar oluşturmaktadır (Bkz. 102. Görüntü).

Mavi, gri ve beyaz renklerin ağırlıklı kullanıldığı sitenin sayfa tasarımı iki sütun biçimindedir. Sol sütunda, farklı tasarım alanlarından haber, görüntü ve videolara yer verilirken, sağdaki sütunda bağlantı adresleri, menüler ve dergiyi destekleyen sponsorlara ait logolar bulunmaktadır. Burak Kaynak tarafından yapılan tasarımın içeriğini okurların gönderdiği haberler oluşturmaktadır. Ocak 2006'dan bu yana aktif olan sitede okurlardan ilham verici, ilgi çekici, seyircide heyecan uyandıracak görsellerin ve haberlerin paylaşılması istenmektedir.



102. Görüntü: *Jiklet* elektronik dergisine ait giriş sayfası görüntüsü.

3.3.8 Blanket

Avusturalyalı bir ekibin yayını olan *Blanket*, sanat, tasarım, fotoğraf alanlarında gönderilen çalışma, makale ve röportaj içerikli bir e-dergidir (Bkz. 103. Görüntü). 2006'dan bu yana yayımlanan *Blanket*'in her sayısında özel bir konu seçilmekte,

konuya ait çalışmalar ve yazılar okurlara sunulmaktadır. Aylık olarak yayımlanan dergi, web adresinden (<http://www.blanketmagazine.com>) ücretsiz bilgisayara indirilerek takip edilmektedir.



103. Görüntü: *Blanket* elektronik dergisine ait kapak görüntüsü.

PDF biçiminde tasarlanan dergi ortalama 70 sayfa, dosya büyüklüğü ise 25-35 MB arasında değişmektedir. Konulara ait web adres bağlantıları dışında etkileşim özelliği içermeyen dergide yönlendirme Adobe Acrobat programının ileri-geri, sayfa yaklaşı-uzaklaş gibi genel düğmeleri ile sağlanmaktadır.

Karşılıklı açılmış sayfalarda izlenebilen dergi, yatay dikdörtgen biçiminde okura sunulmaktadır. Her konuda farklılaşan sayfa tasarımı anlayışı dergiye canlılık kattığı kadar, dergi kimliğinde karmaşaya da neden olabilmektedir (Bkz. 104. Görüntü).



104. Görüntü: *Blanket* elektronik dergisine ait iç sayfa görüntüsü.

Yayın dili İngilizce olan dergide çok sayıda yazar ve tasarımcı çalışmaktadır. Tasarım alanındaki e-dergiler arasında içeriği, görsel-metin düzenlemesi ve sürekliliği ile başarılı örneklerdendir. *Blanket*, kendi web sayfasında satışa sunulan hediyelik ürünler ve dergiye alınan reklamlar ile e-dergiciliği ticari anlamda yapabilen isimlerdendir.

3.3.9 Moloko+

Moloko+, dergi sitesinde (<http://www.molokoplus-mag.com/eng>) grafik, fotoğraf ve müzik içerikli bağımsız tasarım dergisi olarak tanımlanmaktadır. Dergide, resimleme ve fotoğraf ağırlıklı olmak üzere dünyadan bir çok farklı çalışma sunulmaktadır (Bkz. 105. Görüntü).



105. Görüntü: *Moloko+* e-dergisinin kapak görüntüleri (<http://www.molokoplus-mag.com/eng/>).

Çoğu PDF dergide olduğu gibi sayfalar arası yönlendirme Adobe Acrobat programına ait ileri/geri tuşları ile sağlanmaktadır. *Moloko+* da okurun etkileşime geçebileceği tek nokta web adreslerine verilen bağlantılardır (Bkz. 106. Görüntü). Konuya ait detaylı bilgiye ulaşmak isteyen okur, bu bağlantılara tıklayarak İnternete açılabilir.



106. Görüntü: *Moloko+* e- dergisinin iç sayfa görüntüsü (<http://www.molokoplus-mag.com/eng/>).

Tüm sayfalarda belirli bir tasarım tavrına sahip dergi, zaman zaman karşılıklı iki sayfa biçiminde bazen de yatay tek sayfa biçiminde tasarlanmaktadır. Dergide görüntü ve beyaz boşluk kullanımına önem verilmektedir. Seçilen yazı karakterleri ve büyüklükleri rahatça algılanabilmektedir. Sayfadaki metin grupları arasındaki aşama sırası (hiyerarşi), boşluk ve renk okura hissettirilmektedir. Başlık, konuya ait bağlantı adresi ve vurgulanmış paragraf, ana metinden belirgin bir biçimde; satır boşluğu, yazı büyüklüğü ve renk kullanılarak ayrılmıştır. Hareketli bir kanavaya sahip derginin iç sayfalarında konulara göre görüntüler farklı biçimlerde yerleştirilebilmektedir. Sayfa numarası bulunmayan derginin sayfalarında, sağ alt köşede derginin adı her sayfada bulunmakta, sol alt köşesinde ise konu başlığı ve çalışma sahibinin adı değişerek kullanılmaktadır (Bkz. 107. Görüntü).

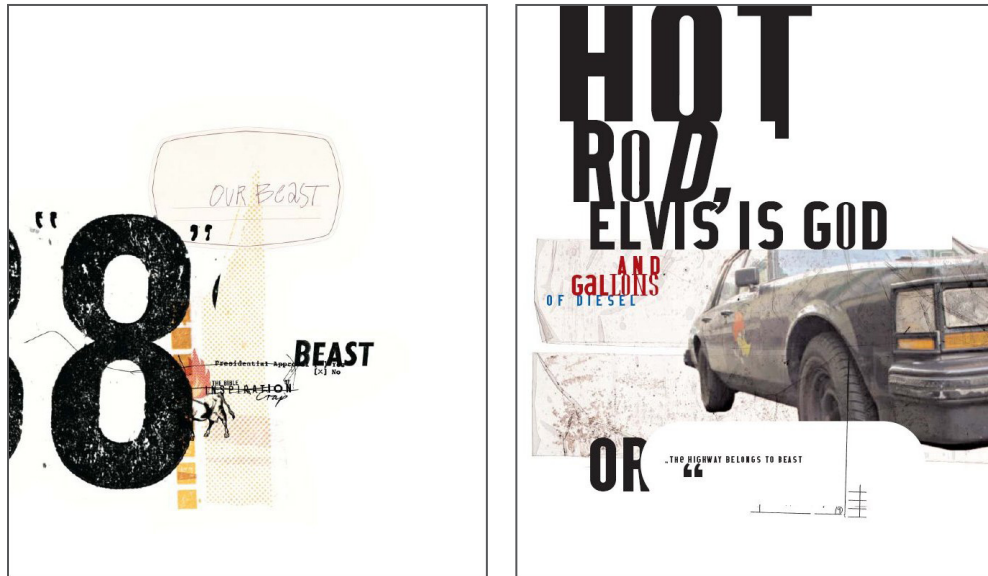


107. Görüntü: *Moloko+* e- dergisine ait iç sayfa görüntüsü (<http://www.molokoplus-mag.com/eng/>).

Moloko+, Rus bir ekip tarafından hazırlanmasına karşın derginin yayın dili İngilizce'dir. Böylece *Moloko+*, bazı Rus dergilerinin aksine dünyada takip edilebilirliği yüksek olan tasarım dergilerindedir.

3.3.10 Beast

Beast, Alman bir ekip tarafından tasarlanıp, İngilizce olarak yayımlanan bir dergidir (Bkz. 108. Görüntü). Dergi web sitesinden (<http://www.ths.nu/beast/>) ücretsiz olarak indirilebilmektedir. Her ay yayında olan derginin içeriği, web sitesinde, tipografi, tasarım, sanat, resimleme, fotoğraf ve her çeşit yaratıcı ürüne odaklı olarak planlanmıştır. Herhangi bir yazı, makale, röportaj içermeyen dergi reklam ve sponsor desteği olmadan yayımlanmaktadır. Derginin yaratıcıları, elektronik ortamın hareketli, karmaşık görüntü bombardımanını ve bu çeşit işler üreten tasarımcılarını eleştirmektedir. Onlara göre Beast, "basılı ortam ve web ortamını kaynaştırabilen sıkıcı tasarım anlayışlarının karşısındaki ilhamın kutsal kitabı olarak nitelendirilmektedir." (<http://www.ths.nu/beast/info.html>).



108. Görüntü: *Beast* dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüleri (<http://www.ths.nu/beast/>).

PDF biçimindeki derginin sayfa sayısının azlığı ve belge boyutunun küçük olması sebepleriyle kolayca bilgisayara indirilebilmektedir. Sayfa sayısı (30-80 sayfa) ve belge büyüklükleri (2-8 MB) her sayıda farklılık göstermektedir.

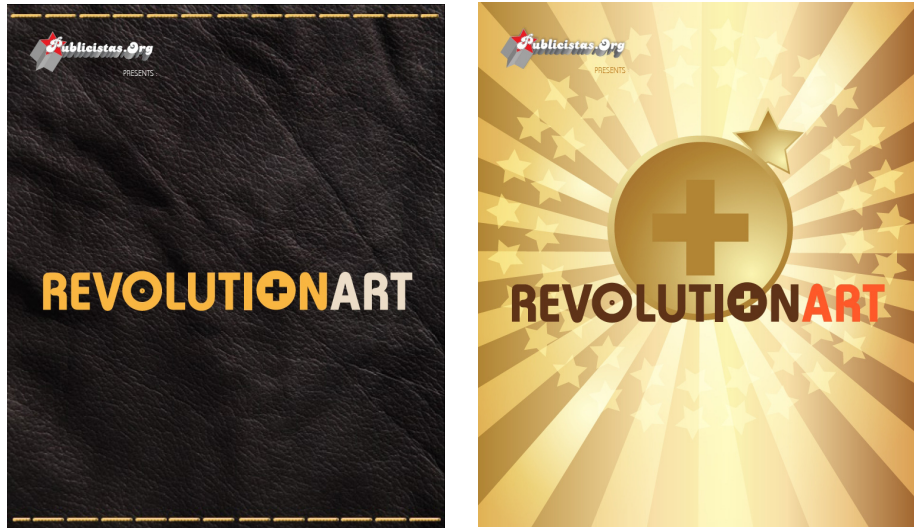
Herhangi bir makale içermeyen *Beast* sayfa tasarımında özgür bir yaklaşıma sahiptir. Sayfalarda başlık, tasarımcının adı, sayfa numarası gibi bilgi verici hiç bir metin bulunmamaktadır. Gönderilen çalışmanın tasarımına göre sayfa düzeni de değişmektedir. Dergi içeriğini çoğunlukla çarpıcı ve kışkırtıcı kolaj biçimindeki grafik çalışmalar oluşturmaktadır. Dergi sayfalarında ileri/geri gezinme dışında hiç bir etkileşim özelliği bulunmamaktadır. Fakat bazı özel çalışmalar etkileşimli de tasarlanabilmektedir. Görüntüdeki çalışmada ilk sayfanın sol yanındaki sarı sembole okura sayfa üzerine dokunması hatırlatılmaktadır. Sayfa ortasına fare işaretçisini taşıyan okurla etkileşime geçen ilk sayfa, ikinci karedeki gibi değişmektedir (Bkz. 109. Görüntü).



109. Görüntü: *Beast* dergisi 7. sayısındaki etkileşimli tasarım çalışması görüntüsü (<http://www.ths.nu/beast>).

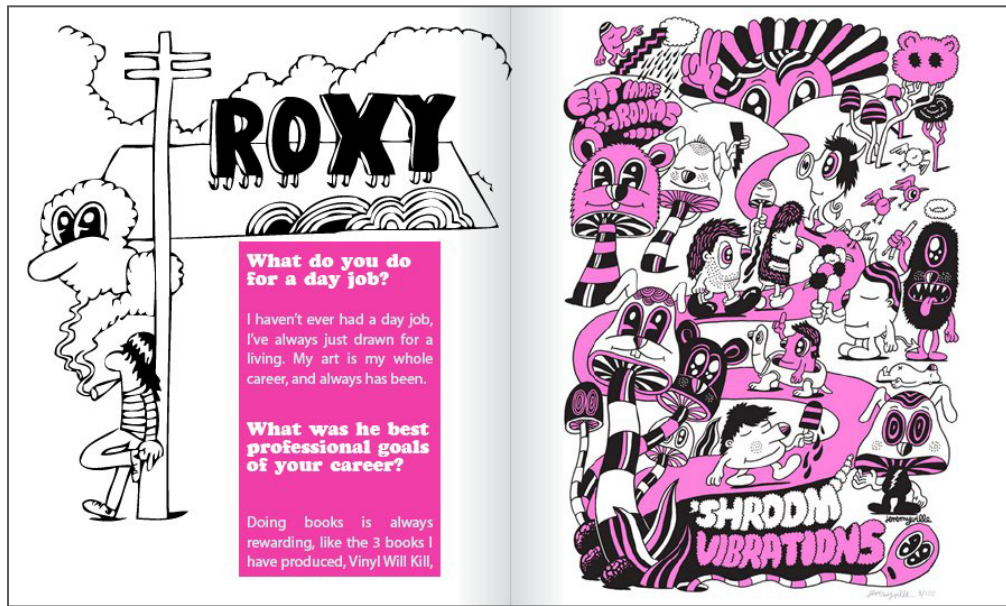
3.3.11 Revolution Art

Revolution Art, iki ayda bir İngilizce olarak yayımlanan ve bilgisayara indirilerek izlenebilen PDF dergidir (Bkz. 110. Görüntü). Dergiye ait web sayfasında (<http://revolutionart.publicistas.org/>) küresel olaylara duyarlılığı artıracak devrimci nitelikte bir propaganda dergisi olarak tanımlanan *Revolution Art*'ın 70,000'nin üzerinde okur ve abonesi bulunmaktadır. Dergide grafik tasarım, fotoğraf, moda, müzik ve görsel sanatlara ait tüm çalışma örnekleri yayımlanmaktadır. Tasarımcılar, fotoğrafçılar, iletişimcilerin yaratıcı fikirlerini farklı biçimlerde ifade edebilmeleri için gerekli ortamın sağlandığı bir yayındır.



110. Görüntü: *Revolution Art* e-dergisine ait kapak görüntüleri.

Derginin her sayısında özel olarak seçilen konular çerçevesinde tasarımcı ve sanatçılardan gelen çalışmaların sunulduğu dergide ağırlıklı olarak, kolaj, fotoğraf ve resimleme çalışma örnekleri bulunmaktadır (Bkz. 111. Görüntü).



111. Görüntü: *Revolution Art* e-dergisine ait iç sayfa görüntüsü.

4. BÖLÜM: GÖRSEL KİMLİK AÇISINDAN BASILI VE ELEKTRONİK GRAFİK TASARIM DERGİLERİ

Kuruluşlar, işletmeler veya organizasyonlar kendilerini topluma kabul ettirmek ve rakiplerinden farkını gösterebilmek için kendilerine ait bir kimlik oluşturma çabasıdadırlar. Bu amaçla kullanılan grafik ürünlerden, çalışanların tavırlarına kadar her bir parça kuruluş felsefesini yansıtan kurumun kimliğini oluşturmaktadır. Kurum kimliğinin hedef kitleye ulaşmasında ve sahip olduğu imajın akıllarda uzun süreli yer etmesinde en önemli görevi, kuruluşa ait görsel öğeler üstlenmektedir.

Bir ürün/hizmete ait tüm görsel öğelerin kurum kimliği hedeflerine uygun olarak tasarlanması olarak ifade edilebilen görsel kimlik tasarımı, ürünün diğerleri arasında rahatça ayırt edilebilmesi ve tercih edilmesini sağlamak amaçlarını taşımaktadır. Bu bağlamda görsel kimlik tasarımında ürün/hizmete ait logo, marka, renk, biçim, tipografik düzenleme, tasarım tavrı bir bütün olarak ele alınmalıdır.

Basılı dergilerde görsel kimlik, ayırt edilebilirlik, hatırlanma ve tercih edilme sürecini etkileyen önemli bir öğedir. Başarılı bir kimliğe sahip dergiler, okur tarafından rahatlıkla fark edilebilir, tutarlı tasarım yapısına sahip, süreklilik gösteren yayınlardır.

Dergi tasarımını değerlendirmenin en önemli ölçütü “kimlik” kavramıdır. Bir süreli yayının yayın felsefesi, tarihi, yayınlayanın ya da yayıncılar topluluğunun dünyaya ve kültüre bakışı o yayının kişiliğini, yani “ruhunu” oluşturur... Yayının kişiliğinin görünür ya da gösterilir hale gelmesine görsel kimlik diyoruz. Görsel kimlik süreli yayının, yayın hayatı boyunca okur tarafından tanınmasına ve öteki yayınlardan ayırt edilmesine yarar (Koz ve Çelik, 2001, s.18).

Dergiler, görsel yapısını meydana getiren logosu, kapağı, genel sayfa yapısının tasarlanmış hali ve bu öğelerin ilişkide olduğu içeriğiyle kurumsal bir yapıya sahiptir. Boyutundan ismine, kapağından sayfa içi düzenlemesine kadar her bir parça derginin genel yapısını oluşturmaktadır. Renk, tipografi, görseller ve diğer öğelerin nasıl kullanıldığı bir bütün olarak derginin tasarım tavrı ya da görsel kimliği hakkında bilgiler vermektedir.

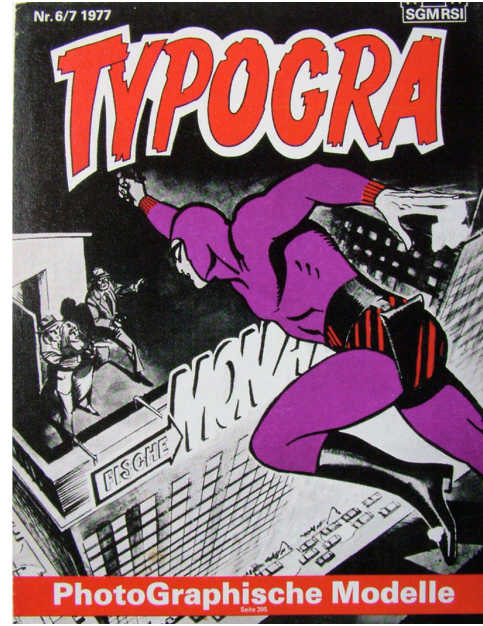
Baskı tekniklerindeki gelişmeler ve farklılaşan hedef kitleye bağlı olarak dergi içerik ve tasarımları da çeşitlilik kazanmıştır. Rakipleri arasından sıyrılabilmek için tasarım dergilerinde özel uygulamalara gidilebilmektedir. Özellikle basılı dergilerde kapak ve iç sayfaların basıldığı kağıdın türü, dokusu, rengi görsel kimlik farkını yansıtan öğelerdir. Grafik tasarım dergisi *Novum* örneğinde, her sayısında kapak baskısı için seçilen özel

kağıt, boya ve uygulama teknikleri ile tasarım anlamında öne çıkmaktadır. Kapakda kullanılan yarı geçirgen plastik malzeme ya da kapakda belli bölgelerde uygulanan kabartma, pırıltı ve parlaklık gibi etkiler ile (Bkz. 112. Görüntü) okurunu her sayıda şaşırtmayı başarabilen bir dergidir.



112. Görüntü: *Novum* dergisine ait özel uygulama teknikleri ile tasarlanan kapak görüntüleri.

Dergi kimliğinde şaşırtmaca, öne çıkma kaygısı baskı tekniklerinin yanı sıra kapak tasarımındaki değişkenlik anlayışıyla da sağlanabilmektedir. Örneğin *Typografische Monatsblätter* dergisinin İsveçli tasarımcısı Hans-Rudolf Lutz, derginin her sayısını farklı görsel kimliklere sahip biçimde tasarlamaktadır. Derginin adı için kullanılan tipografi ve kapak görsellerinde, çok bilinen başka bir derginin görsel kimliği bütünüyle uygulanmaktadır. Böylece, okurlarını her sayıda şaşırtarak, ilgiyi üzerinde toplamayı başarabilmektedir (Bkz. 113. Görüntü).



113. Görüntü: *Typografische Monatsblätter* dergisinin Mayıs ve Haziran 1977 yılı sayılarında kullanılan, farklı dergilere ait görsel kimliklerin uygulandığı kapak örnekleri (Moser, 2007, s.42).

Logonun kendisi kadar, kullanım yeri ve biçimsel yapısı da derginin görsel kimliğinin önemli bir parçasıdır. Dergi kapaklarında yaratılacak farklılıklar, logonun kullanım yeri ve biçimindeki değişiklikler ile sağlanabilmektedir. Birçok dergide logo, dergi kapağının üst kısmında yıllarca değişmez biçimde kullanılmaktadır. Bu kullanım biçimi dergi adının kolay fark edilebilmesi ve tutarlılık sağlaması amacıyla tercih edilmektedir. Logo, dergiyi niteleyen, hedef kitle ve derginin amaçları doğrultusunda tasarlanan görsel simgelerdir. Oysa bazen logolar da derginin o sayısına ait tasarım ögesi olarak düşünülüp yeniden kurgulanabilmektedir. David Carson'un tasarladığı *Ray Gun* dergisi, her sayısında farklı biçimlerde kullanılan logosu ve kapak düzenlemesiyle rakipleri arasında dikkat çekmektedir. Kapak tasarımında Tipografi ve görsellerin kullanılış biçimi, logonun her sayıda yeniden tasarlanması, derginin "kural yıkıcı" felsefesiyle koştur bir anlayış izlemektedir (Bkz. 114. Görüntü).



114. Görüntü: 1993 ve 1994 yıllarına ait RayGun dergi kapakları görüntüleri (Moser, 2007, s.97).

Her dergi içeriğiyle ve sahip olduğu görsel öğeleriyle kendi sesini yaratır, kalabalık iletişim ortamında varlığını ve etkisini güçlendirir. Bu bağlamda tasarım kaygısı, dergi adının logosundan içindekiler sayfasına, kapak tasarımından sayfa içi düzenleme biçimine kadar devam etmektedir.

4.1 BOYUT (FORMAT)

Dergi tasarımında yayın kimliğinin görsel hale dönüştürülmesinde ilk adım derginin boyutuna karar verilmesidir. Boyut, okurun dergiyi kolayca tanıyabileceği ve hatırlayabileceği, dergiye özgü biçimsel bir özelliktir. Derginin boyutunun belirlenmesinde, içeriği, hedef kitlesi, okunacağı ortam, basılacağı teknik ve kağıt gibi çok çeşitli etkenler rol oynamaktadır. Örneğin Alman müzik dergisi *Notes* 16.3 x 30 cm.'lik ince uzun zarif bir biçimdeyken, iş dünyası haberleri içrekli *McK Wissen* dergisi 28 x 19.5 cm yatay dikdörtgen geniş bir boyuttadır (Bkz. 115. Görüntü).



115. Görüntü: İki farklı içerikli *Notes* (2007) ve *McK Wissen* dergilerinin (2002) kapak görüntüleri (Moser, 2007, s.26).

Basılı dergilerde derginin boyutunu belirlerken kağıdın gramajı, ölçüsü, cilt türü, baskı tekniği ve dağıtım gibi masraflar tasarımcıyı sınırlandırmaktadır. Baskıda kullanılan kağıt, uluslararası ISO/DIN standartlarında olabileceği gibi bölgesel kağıt ebatlarında da bulunabilmektedir. Bu durum ülkeler arasında farklı boyutlara sahip dergilerin basılmasına olanak sağlamaktadır. Ülkemizdeki dergiler incelendiğinde, çok azı farklı olmak üzere dikey dikdörtgen biçiminde birbirine çok yakın boyutlarda olduğu göze çarpmaktadır. Yabancı yayınlarda ise boyutlar derginin yayımlandığı alana göre çok çeşitli biçimlerde olabilmektedir.

Örneğin Alman grafik tasarım dergisi *Novum* 23 x 29.7 cm, Amerikan grafik tasarım dergisi *Communication Arts* 22 x 27.8 cm, Türk grafik tasarım dergisi *Grafik Tasarım* ise 24 x 27 cm. boyutlarındadır (Bkz. 116. Görüntü). Tasarım dünyasının bu 3 dergisinin boyutları arasında birer cm fark olmasına karşın yan yana incelendiklerinde bu küçük değerın görsel kimliklerinde farklılıklara neden olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca *Novum* gibi bazı grafik tasarım dergileri özel sayılarında derginin boyut ve yapısında farklı uygulamalar ile okurlarını şaşırtabilmektedir. *Novum* dikdörtgen boyutta ve çoğu dergi gibi dik tasarlanmaktadır. Fakat Temmuz 2008 Almanya baskısında portfolyo çantası biçiminde tasarlanan dergi özel bir kapak tasarımına ve yatay tasarlanan sayfalara sahiptir. Kullanımı ve takibi zor olmasına karşın tasarımıyla farklı ve ilgi çekicidir (Bkz. 117. Görüntü).



116. Görüntü: Birbirinden farklı boyutlara sahip *Novum* (2007) , *Communication Arts* (2003) ve *Grafik Tasarım* (2004) dergilerinin kapak görüntüleri.



117. Görüntü: *Novum* dergisinin Temmuz 2008 Almanya sayısına ait özel uygulama görüntüleri.

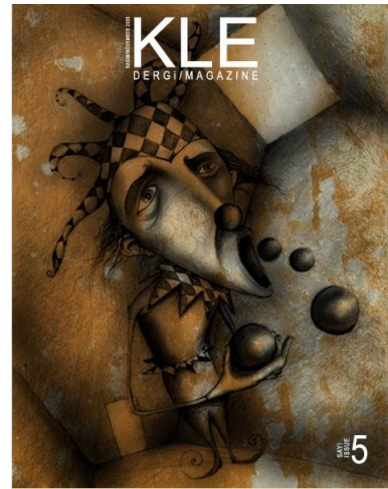
Elektronik dergilerin boyutunu belirlemede tasarımcı daha özgürdür. Boyutu belirleyen önemli ölçütler; derginin içeriği, tasarımında kullanılan program ve görüntüleneceği ortamlardır. E-dergilerin görüntülenme ortamı ekranlar, kişisel el bilgisayarlarından, masa üstü bilgisayarlarına dek çok çeşitli ölçülerde bulunmaktadır. Yayın ortamına göre karar verilen boyut, dergi içerisindeki bilginin okur tarafından kolayca algılanmasını ve takip edilmesini sağlamaktadır.

Elektronik görüntü alanı olan ekran, insan gözünün yaptığı sınırlandırmaya benzer şekilde, yatayda daha fazla, dikeyde daha az uzunluğu içeren bir sınırlamadır. Yatayın ağırlıkta olduğu bir yöneliştir. Çerçeveleme oranı (aspect ratio) olarak kavramlaştırılan bu yönelişte; üç birim dikey (yükseklik), dört birim yatay (genişlik), 3:4 oranı geçerlidir (Kılıç, 2003, s.41).

Derginin boyutuna bağlı olarak kapladığı alan, bilgi ve görsellerin sunulduğu bir yüzey olduğundan, içerik algısında önemli bir etkidir. Derginin kapalı halde sahip olduğu boyut, sayfalar açıldığında ortaya çıkan biçiminden farklı bir değer kazanabilmektedir. Kare formattaki bir dergi, açık olarak karşılıklı iki sayfası görüntülendiğinde, dikdörtgene yakın bir biçimde olacağından, derginin dış boyutu belirlenirken açık ve kapalı durumu birlikte düşünülmelidir.

Yeni bir dergi tasarlamaya başlıyorsanız, formatı belirleyen bir çok soruya cevap vermelisiniz; Dergi nerede okunacak, uçak, tren, cafe, salonda? Çantaya ya da klasöre sığmalı mı? Eğer postayla gönderilecekse, özel boyutlarda zarf gerekli mi?, Açıldığında kapladığı alan ne kadardır?, Elde taşınabiliyor mu?...İçerik boyutu belirlemektedir, örneğin bir dergide kayak veya snowboard yapan birinin büyük boy fotoğrafları kullanılacaksa, dar ve dikey bir format uygun olmayacaktır (Moser, 2007, s. 24).

Elektronik dergilerde boyut, derginin tasarımında kullanılan programlara göre de çeşitlilik gösterebilmektedir. Flash dergilerde en yaygın kullanılan biçim (kapalı halde) kare veya dikey dikdörtgendir (Bkz. 118. Görüntü). Dikey tasarlanan dergiler tek tek sayfalar biçiminde incelenebildiği gibi bazıları da iki sayfa yan yana açık halde görüntülenebilmektedir. PDF dergilerde ise çoğunlukla dikdörtgen bir yapıda tasarlanan yatay ve dikey görüntülenen örnekler rastlanabilmektedir (Bkz. 119. Görüntü). Dikey dikdörtgen yapı, özellikle okurun basılı dergiyle organik bağ kurabilmesi ve sayfadaki tasarım öğelerinin daha verimli şekilde yerleştirilebilmesi amacıyla tercih edilmektedir.



118. Görüntü: Flashda kare boyutta tasarlanan *Bigmag* (<http://www.bigmag.net>) ve dikey dikdörtgen *KLE* (<http://www.kledergi.com>) e-dergilerinin kapak görüntüleri.

Kare biçimindeki bir dergi, bilgiyi okuyucuyu germeden eşit boşluklara sahip bir biçimde sunmaktadır. Dikey biçimdeki dergiler, okuyucunun dikkatini üst noktadan aşağıya doğru bir akışa yöneltmektedir. Yatay biçimdekiler ise okur açısından rahatlatıcı fakat dolaşım enerjisi düşük, soldan sağa doğru takip gerektiren dergilerdir (Samara, 2005, s. 62).



119. Görüntü: PDF tasarlanan dikey dikdörtgen *Vektorika* (<http://www.vektorjunkie.com/mag.html>) ve *Maguilla* (<http://www.base-v.org/maguillamag.htm>) e-dergileri kapak görüntüleri.

Bilinen biçimlerin dışında bazı e-dergiler farklı formlarda da tasarlanabilmektedir. Örneğin Flash programında tasarlanan *Humus*, küçük bir not defteri biçiminde ve bütünleşik yapıdadır. Sadece çalışma örneklerine ve tasarımcıların bağlantı adreslerine yer veren dergi farklı bir form anlayışında tasarlanmıştır (Bkz. 120. Görüntü).



120. Görüntü: *Humus* dergisi giriş ve iç sayfa görüntüleri (<http://www.humus.nu>).

4.2 KAPAK

Derginin vitrini olarak tanımlanabilen kapağın en önemli görevi, okurun dergiyi rakipleri arasında kolayca tanımasını ve seçmesini sağlamaktır. Kapak, dergi içeriği ve kimliği ile ilgili sorumluluğa sahipken, satışını-dağılımını sağlamak gibi ticari bir görevi de üstlenmektedir. Böylece kapak derginin reklamını yapmakta, ambalajı görevini üstlenmekte ve içindekiler hakkındaki bilgileri okura iletmektedir.

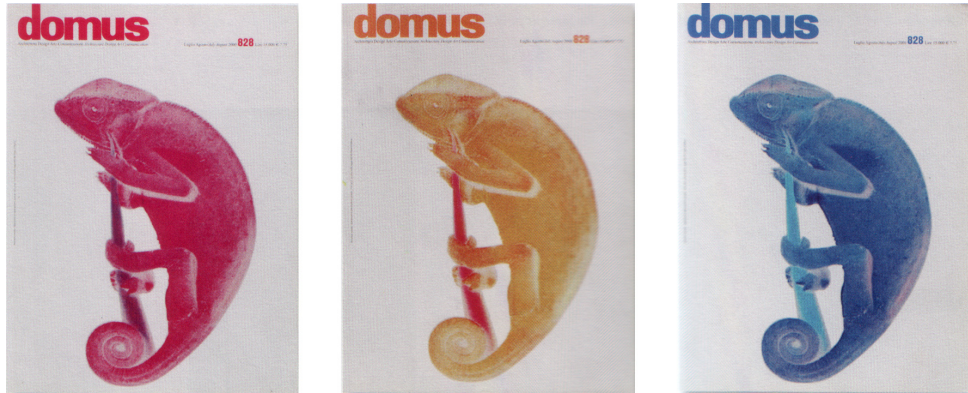
Basılı dergi kapaklarında genellikle derginin logosu, yayın tarihi, yayının baskı aralığı, sayısı, ISBN, o sayıya ait öne çıkan başlıklar yer almaktadır. Kapakta kullanılan tipografi, görüntü ve resimlemeler dergiye bir kimlik kazandıracak şekilde düzenlenmektedir. Bir moda dergisiyle bilgisayar dergisi, yazın dergisiyle tasarım dergisi kapakları farklı tasarım anlayışlarına sahiptir. Örneğin *Maxim* erkek dergisi kapağında çıplaklığın ön planda olduğu tam boy bir kadın fotoğrafı, kırmızı zemin rengi üzerinde kullanılmaktadır. Tasarım anlayışıyla cinsellik, arzu, aşk, şehvet gibi mesajlar ileten kapak hedef kitlesine uygun olarak seçilmiştir. Oysa ki *Marie Claire Maison* dergisi'nde pastel renk geçişlerinin ve yumuşak ışığın hakim olduğu bir iç mekan fotoğrafı tercih edilmektedir. Ev-dekorasyon içerikli derginin kapağı, hedef kitlesine uygun, huzur veren, temiz, konforlu duygularını uyandıran bir anlayışa sahiptir (Bkz. 121. Görüntü).



121. Görüntü: Erkek dergisi *Maxim* (2007) ve ev-dekorasyon dergisi *Marie Claire Maison* (2008) kapak tasarımları görüntüleri (<http://www.abbonationline.com>).

Okur ile dergi arasındaki görsel iletişim dergi kapağından başlamaktadır. Dolayısıyla, kapak okurun ilgisini çekebilmelidir. “Dergi kapaklarının akılda kalıcılığı hedefleniyorsa, etkileyici görsellerin kullanıldığı, özgün tasarımlara sahip olanlar dikkati çekerek rakipleri arasından tercih edilecektir.” (Moser, 2007, s.46). Bu anlamda tasarım dergisi *Domus'un*, Temmuz/Ağustos İtalya baskısı için kapakta kullanılan bukalemun görseli etkilidir. İlk bakışta derginin içeriğiyle ilişkilendirilmekte zorlanılsa da, bukalemun “tasarımda değişen yaklaşımlar” konusu için seçilen bir imgedir. Kapak fikrinin en

çarpıcı yanı, bukalemuna gönderme yaparak 3 farklı renkte basılmasıdır. İçeriği aynı 3 farklı renkte basılan kapağıyla dergiler aynı anda piyasaya sürülmüştür (Bkz. 122. Görüntü).



122. Görüntü: *Domus* dergisinin Temmuz/Ağustos sayısında kapak tasarımıyla ilişkili olarak 3 farklı renkte basılmış kapakları (Moser, 2007, s.89).

Kapak tasarımında görsel kullanımında sıklıkla fotoğraf veya kolajlar kullanılmaktadır. Özellikle portre ya da yarım boy görüntü en çok tercih edilen fotoğraf biçimleridir. Zaman zaman kapak fotoğraflarında dikkat çekmek amacıyla; çarpıcı ayrıntıların yakın plan kadrajlanması, kışkırtıcı kompozisyonlara sahip görüntülere yer verilmektedir (Bkz. 123. Görüntü).



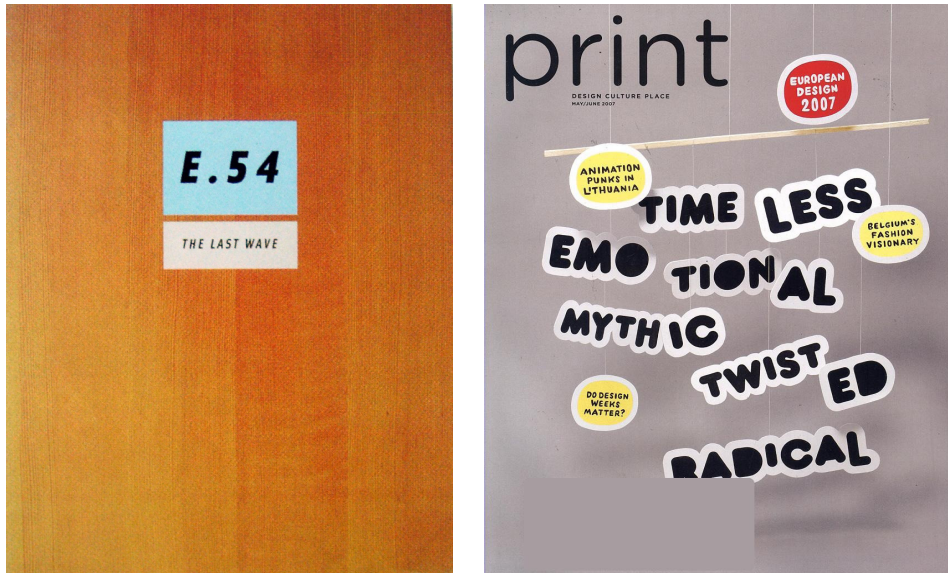
123. Görüntü: *Addict Creative Lab* ve *Geniş Açı* dergilerinin kapak görüntüleri (Moser, 2007, s.64, 67).

Fotoğraf kadar etkili olan resim ve resimleme kullanımı da benzerleri arasında farklılık yaratmak adına etkili bir yöntemdir. Daha çok tasarım, canlandırma, teknoloji ve sanat içerikli dergilerin tasarımlarında resimleme kullanımına gidilmektedir (Bkz. 124. Görüntü).



124. Görüntü: *Eye* ve *Kunst&Kultur* dergileri kapak resimleme görüntüleri (Moser, 2007, s. 84, 85).

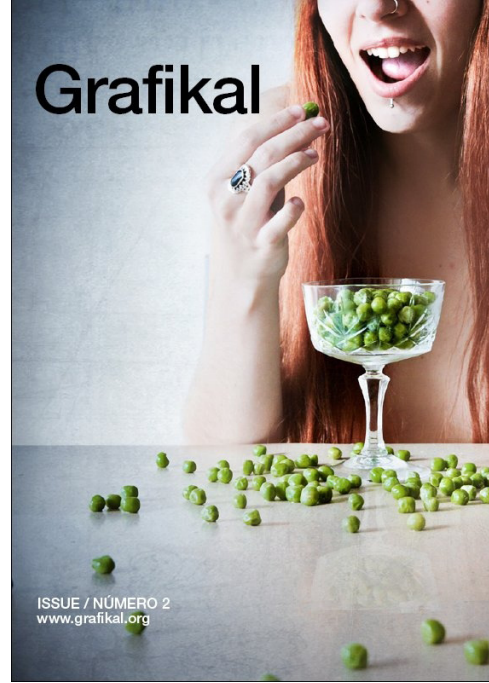
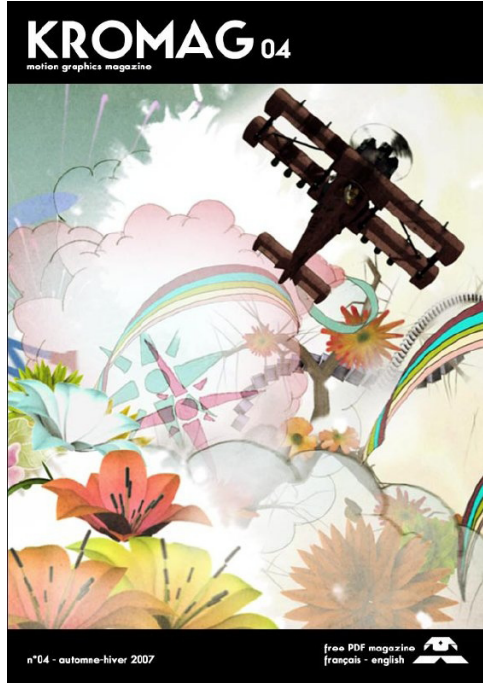
Dergi kapak tasarımlarında fotoğraf ve resimlemenin dışında tipografik düzenlemelere de yer verilmektedir. Tasarımlarda tüm kapağı dolduracak biçimde bir harf ya da işaret kullanılabileceği gibi, tipografik kompozisyonlar biçiminde de olabilmektedir. Örneğin *Emigre* kapak tasarımları çoğunlukla görsel kullanmadan sadece tipografik biçimde düzenlenmektedir. *Print* gibi bazı grafik tasarım dergilerinde ise tipografik düzenlemeler fotografik biçimde de kullanılabilmektedir (Bkz. 125. Görüntü).



125. Görüntü: *Emigre* (2000) ve *Print* (Mayıs/Haziran 2007) dergilerine ait kapak görüntüleri.

Elektronik dergi kapak düzenlemelerinde çoğunlukla logo, derginin ait olduğu ay, kaçınıcı sayı olduğu ve içindeki ana başlıkları yer almaktadır. Basılı dergilerde

olduğu gibi e-dergilerin kapaklarında da fotoğraf ve resimleme en yaygın biçimde kullanılan görüntülerdir. Derginin içeriğine bağlı olarak sanatçı çalışmalarından bir seçki kullanılabileceği gibi, o sayı için özel hazırlanan görsel bir tasarım da kullanılabilir (Bkz. 126. Görüntü).



126. Görüntü: *Kromag* (<http://www.kromotion.com>) ve *Grafikal* (<http://www.grafikal.org>) dergi kapaklarında resimleme ve fotoğraf kullanımı.

Elektronik dergilerde kapak iki farklı biçimde; tam ekranı kaplayacak biçimde ve ekranın ortasında bir zemin üzerinde okura sunulmaktadır. Ekranın ortasında izlenen dergilerin zeminine dergi algılanırlılığını arttırmak için çoğu zaman doku tekrarlarından oluşan bir görüntü ya da bir görsel yerleştirilmektedir. Kullanılan bu zemin görüntüsü sayesinde dergiyle ilgili düğmeler, dergi alanının dışında yerleştirilerek, derginin asıl boyutuna etki etmemektedir. Ayrıca dergi bilgisayarın masaüstü görüntüsünden ayrılarak, okurun dergiye rahatça odaklanması sağlanmaktadır. Fakat kullanılan zemin dokusu, fotoğraf ya da resimleme kapağı öne çıkarabildiği gibi, zaman zaman dergi kapağının önüne geçerek etkisini azaltabilmektedir. Örneğin *Newwebpick* dergisinde (Bkz. 127. Görüntü) olduğu gibi, zeminde kullanılan resimlemenin renk ağırlılığı ve çizim öğelerinin kapak ile benzerlik taşıması, kapağın görsel gücünü zayıflatmaktadır.

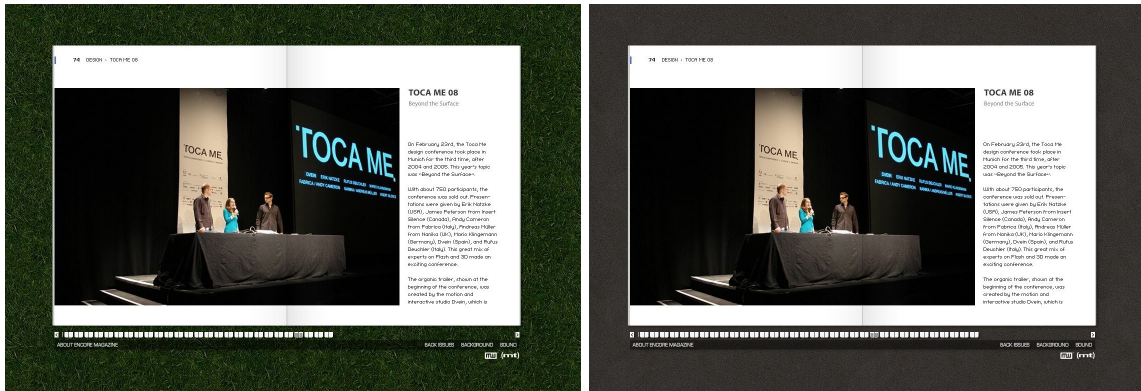


127. Görüntü: *Newwebpick* dergisinde, arka planda kullanılan resimleme üzerinde yer alan dergi kapak görüntüsü.

Bak gibi çoğu dergide sayıya ait konuyla ilişkili ya da kapağın algılanırlığını arttıracak her sayıya özel zemin görselleri seçilmektedir. Özel bir anlamı olmayan soyut resimler ya da yakın plan fotografik çekimler en çok tercih edilen görüntülerdir (Bkz. 128. Görüntü). *Encore Magazine* gibi bazı dergilerde ise, belirlenen seçenekler arasında olmak üzere, zeminin tercihi okura bırakılmaktadır (Bkz. 129. Görüntü). Tasarlanan tüm sayılara ait kapak renkleri ve görüntüleriyle uyum içinde, onların önüne geçmeyecek görüntülerden seçilen bu zeminler, kullanıcıya etkileşim özgürlüğü vermesi sebebiyle öne çıkmaktadır.



128. Görüntü: Her sayısında farklı zemin dokusun üzerinde incelenen *Bak* dergisine ait kapak görüntüsü.



129. Görüntü: *Encore* dergisinde arka plan için hazırlanan 4 farklı temadan, “çimen” ve “kum” üzerinde izlenen derginin görüntüleri.

4.3 MARKA, AMBLEM, LOGO

“Çeşitli niteliklerdeki ve sektörlerdeki ürün/hizmetin birbirinden kolayca ayrılmasını sağlayan, geniş kitlelere duyuran, başkalarının taklit etmesini hukuk kuralları çerçevesinden koruyan, isim, sözcük, sözcük gurubu, harf, rakam, renk, şekil ve dizayn bileşimine *marka* denilmektedir.” (Ak, 1998, s.121). Hemen her konuda markanın gücü, seçilirliliği önemli ölçüde etkilemektedir. Çünkü kullanıcı iyi bildiği, kafasında yer eden, olumlu ve kuvvetli bir imaja sahip markayı tercih etmektedir.

Günümüzde IBM, Siemens, Alcatel gibi pek çok kuruluşun ismi aynı zamanda birer markadır. Bunun yanı sıra Nestle'nin *Nescafe*'si, Henkel'in *Persil*'i gibi bazı ürünler ise bağlı buldukları firmalardan ayrı, kendi özel markalarını ortaya koymuşlardır. Bu bakımdan marka ile ürün logosu arasında kesin bir ayırım gerçekleştirmek mümkün değildir (Okay, 2005, s.132).

Grafik tasarım dünyasındaki basılı dergilerin çoğunun, markalarını oluşturan isimleri derginin içeriği ve konusu hakkında fikir verecek biçimde seçilmektedir. Örneğin *Print Magazine*, “baskı dergisi” anlamındaki ismiyle, dergi içeriğinin daha çok basımcılık sektöründeki gelişmelere odaklandığını açıkça belli etmektedir. Dergide, basılı grafik tasarım çalışmaları kadar, son baskı teknolojileri hakkında bilgiler, özel kağıtlara yapılmış farklı baskı teknikleri gösterilmekte ve kağıt örnekleri verilmektedir. Diğer yandan Pektaş, iyi bir markanın özellikleri sıralamasında “markaların, ürünün özelliğinden doğmamaları gerektiğini; sarı, silindir gibi ürünün biçim ve rengini kullanmanın yanlışlığını, aksine ürünle ilgisi olmayan, uydurulmuş bir ismin akılda kalma şansının daha fazla olacağını” belirtmektedir (Pektaş, 1988). Bu anlamda marka

isminde farklı bir yol izleyen, grafik tasarım dergisi *Novum*'da ise Almanca "yenilik, buluş" anlamlarına gelen bir kelime seçilmiştir. Derginin ismi çok genel kavramları içermekle birlikte ürünün ne olduğunu açıkça belirtmemekte, okura derginin içeriği hakkında ayrıntılı bilgi vermemektedir (Bkz. 130. Görüntü).

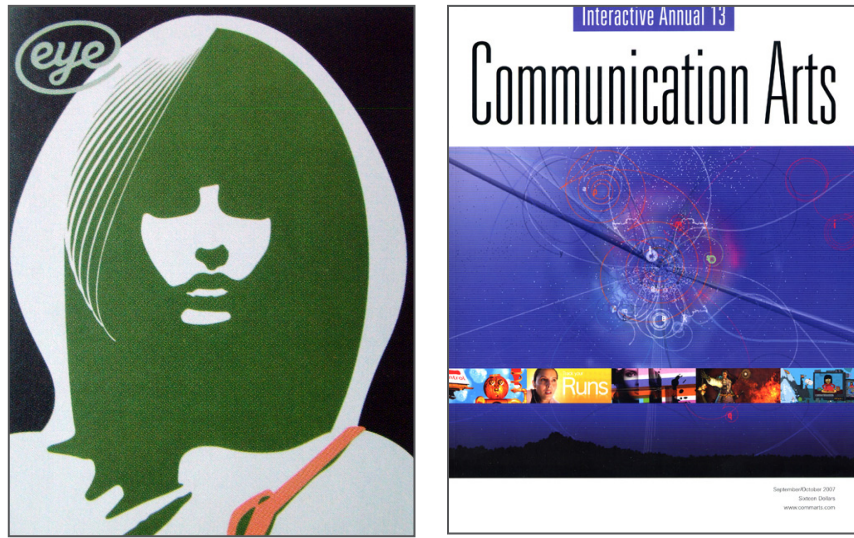


130. Görüntü: *Print Magazine* (2005) ve *Novum* (2004) dergileri kapak görüntüleri (<http://www.magazine-agent.com-sub.info/print-magazine>, <http://www.novumnet.de>)

Amblem'in tanımı; "kurumlara görsel kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen soyut veya nesnel görüntü ya da harflerle oluşturulan simge" (Becer, 1999, s.194) olarak yapılırken, logo; "kimlik kazandırmak amacı ile iki ya da daha fazla karakterin sözcük biçiminde okunacak şekilde bir araya getirilmesiyle oluşan simge" (Teker, 2003, s.218) olarak tanımlanmaktadır. Amblem ve logonun işlevi, biçimi ve rengiyle adını taşıdığı ürün veya firmayı en özgün biçimde temsil edebilmesidir. "Bir amblemin özgün olabilmesi için ise; kurumun önemli bir özelliğini ortaya çıkarması, malın/hizmetin akılda kalabilirliğini sağlaması, hedef kitleye hitab etmesi ve başka bir amblemi hatırlatmaması sayılabilir." (Tepecik, 2002, s.64). Dergi amblem ve logoları dergi kimliğinin okura iletiminde önemli bir rol üstlenmektedir. Derginin kapağında yer alan amblem ve/veya logo, kapak tasarımının bir parçası olduğu gibi hedef kitlesi ve içeriği hakkında çeşitli mesajlar da vermektedir. Bu nedenle amblem ve/veya logo'nun tasarımında kullanılacak yazı karakterinden kapak üzerinde bulunduğu konuma, seçilen özgün renkten birlikte kullanılacağı grafiklere kadar dikkatle düşünülmelidir.

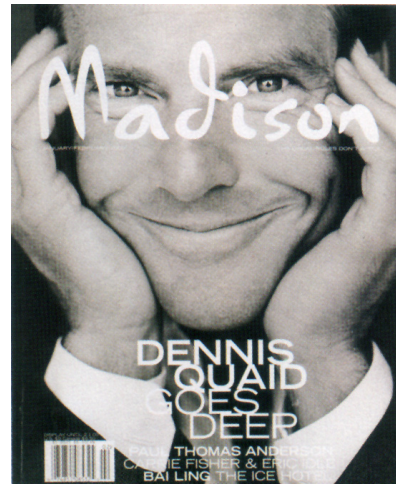
Belçikalı tasarımcı Paul Ibou başarılı logoyu; "belli bir kültüre bağlı kalmadan, dünya çapında farklı kültürlerden insanlarca anlaşılabilmesi, eğitim, zeka seviyesine önem vermeksizin bütün ölçütlerden bağımsız olmalı" olarak tanımlamaktadır (Ibou, 1992,

s.66). Markanın görselleştirilmiş biçimi olan logo, okurun rahatça algılayabileceği büyüklük ve biçimde tasarlanmalıdır. Dergi logosu, kısa, kolayca söylenebilir, akılda kalıcı ve açıkca algılanabilir olmalıdır. Tasarımında kullanılan yazı karakteri, renk ve özel etkiler ile bulunduğu kapak zemininden rahatça ayrılabilmelidir. “Dergi logosu, okunmasından çok, kolayca dikkat çekecek biçimde tasarlanmalıdır....Tasarımlarında çizim veya el yazısı (script) fontlar kullanılan logoların özgünlüğü çok daha fazladır.” (Moser, 2007, s.92). Tasarım dergilerinden İngiliz Eye ve Amerikan Communication Arts logoları biçimsel olarak karşılaştırıldığında; Communication Arts logosu, büyüklüğü, boşluk içerisindeki algılanırlığı ile öne çıksa da, Eye logosunda kullanılan kıvrak yazı karakteri, “e” harfinden devam ederek logoyu çeviren çizgisiyle dinamik, biçimsel açıdan farklı ve lekesel olarak çok daha etkilidir (Bkz. 131. Görüntü).



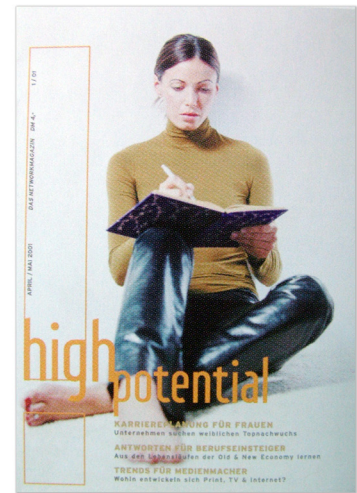
131. Görüntü: İngiliz Eye (2001) ve Amerikan Communication Arts (2007) dergilerine ait logo görüntüleri.

Logo tasarımlarında kullanılan yazı karakteri, içerik ve tasarım anlayışlarına göre çeşitlilik göstermektedir. Alman Stern dergisi gibi siyasi içerikli haber dergilerinde güç, inandırıcılık gibi ifadeler için koyu, kalın yazı karakterleri seçilmektedir. Derginin “yıldız” anlamına gelen ismi, kırmızı kutu içerisinde bir simge biçiminde logonun yanında kullanılmaktadır. Her kesimden okura sahip, popüler haberlere yer veren Amerikan Madison haftalık dergisi gibi yayınların logolarında, el yazısı biçimindeki yazı karakterleriyle okurla daha sıcak bir ilişki kurmak hedeflenmektedir (Bkz. 132. Görüntü).



132. Görüntü: Alman *Stern* (2008) (<http://www.stern.de/magazin/heft>) ve Amerikan *Madison* (2000) (Moser, 2007, s.100) dergi kapaklarındaki logo görüntüleri.

Dergilerde logo çoğunlukla kapağın üst kısmında ya da sol köşede yer almaktadır. Logonun bu kullanım biçiminde, derginin okur tarafından raftaki diğer dergiler arasından kolayca ayırt edilebilmesi amaçlanmaktadır. Bazı dergilerde ise farklılık adına logonun, dergi sırtına yakın dikine, kapağın ortasında veya altta kullanıldığı biçimler de bulunmaktadır (Bkz. 133. Görüntü).



133. Görüntü: *Street* (2001) dergisinde logo; sırta paralel, *Massiv* (2000) dergisinde sayfa altına yakın, *High Potential* (2001) dergisinde alt orta konumda yerleştirilmiştir (Moser, 2007, s.102).

Logonun uzun yıllar değişmeden kullanılması derginin köklü geçmişinin bir göstergesidir. Zaman içerisinde bazı dergi logolarında ana tasarım fikrinden uzaklaşmadan küçük değişikliklere gidilebilmektedir. Bu değişiklikler yazı karakterinden rengine kadar farklılık gösterebilmektedir (Bkz. 134. Görüntü).



134. Görüntü: Yıllar içinde *Print* dergisi logosunun uğradığı değişimin görüntüleri (soldan sağa 1997, 2004 ve 2006).

Zaman zaman dergilerin logoları şaşırtmak, dikkat çekmek amacıyla kapak tasarımının bir parçası gibi ele alınabilmektedir. Bu amaçla *Raygun* dergisinde uygulandığı gibi (Bkz. Sayfa 92) her sayı için yeni tasarımlar yapılabilen ya da *How* dergisindeki gibi (Bkz. 135. Görüntü) görsel etkiler, grafik ve görüntü bindirmeler kullanılabilir.



135. Görüntü: *How* (2007) dergisinin her sayısında ilgili içerikle bağlantılı biçimde yeniden düzenlenen logo görüntüleri.

Basılı dergilerden farklı olarak elektronik dergilerin tamamına yakınında seçilen isimler içerik hakkında bilgi vermektense çok dikkat çekerek, okurun ilgisini toplamaya yöneliktir. Elektronik dergi isimleri incelendiğinde anlamı olmayan sözcükler kullanıldığı gibi heyecan, coşku, yenilik, görmek gibi kavramları içeren isimlerin tercih edildiği gözlemlenmiştir. Örneğin *Encore Magazine* için, "sergilenen gösterinin bir kez daha tekrarını istemek, bis (<http://www.merriam-webster.com/dictionary>)" anlamı olan

“*encore*” sözcüğünü tercih ederken, *Blanket Magazine* “örtü (blanket)” olarak Türkçeye çevrilebilecek isimlerini, “tasarım, sanat ve fotoğraf alanının üzerindeki örtüyü, gizemi kaldırarak tüm örneklerin gözler önüne serilmesi” anlamında kullanmaktadırlar (http://blanketmagazine.com/?page_id=2) (Bkz. 136. Görüntü).



136. Görüntü: *Encore Magazine* (2007) (<http://www.magwerk.com>), *Blanket Magazine* (2008) (<http://www.blanketmagazine.com>) logolarından görüntüler.

Elektronik tasarım dergileri için tasarlanan amblem ve/veya logolar, derginin içeriği ve yapısına göre farklı tasarım anlayışlarına sahip olmaktadır. Sayısal tasarım, web tasarımı gibi içeriklere sahip e-dergi logoları, vektörel resimleme, çizim ve grafik içerikli dergi logolarından, yazı karakteri, renk, simge kullanımı ve biçimsel olarak ayrılmaktadır. Derginin tasarımında kullanılan yüksek teknolojiler ve yayımlanacağı ortam da logo tasarımlarında etkili olabilmektedir. Örneğin *Root* gibi Flash’da özel kodlar eklenerek tasarlanan sayısal çalışmaların ağırlıkta olduğu e-dergi logolarında keskin, sert hatlı yazı karakterleri kullanılırken, *Blanket* gibi resimleme ağırlıklı çalışmalar içeren PDF dergilerde daha hareketli, elle çizilmiş havasındaki karakterler tercih edilmektedir (Bkz. 137. Görüntü).



137. Görüntü: *Root* ve *Blanket* dergilerine ait logo görüntüleri.

Dergi isminde belli bir anlam içeren ya da slogana sahip e-dergiler, amblem ve/veya logo tasarımlarında bu anlamları yansıtan görselleri kullanmaktadır. *Creative Behavior*’un “fikirlerinizi yüksek tutun (turn up the volume in your ideas)” sloganını yansıtan “dönen mavi simgesi” ve *Revolution Arts* e-dergisinin “devrimci sanat” anlamındaki ismini yansıtan yumruk ve yıldız kullanımları buna örnektir (Bkz. 138. Görüntü).



REVOLUTIONART



138. Görüntü: İnternet üzerinden izlenen *Creative Behavior* (<http://www.creativebehavior.com>) ve *Revolution Art* (<http://revolutionart.publicistas.org>) PDF e-dergisinin logo görüntüleri.

Bazı e-tasarım dergilerinde, logo kapaktaki herhangi bir tasarım öğesi gibi her yeni sayıda tümüyle yeniden tasarlanmaktadır. Derginin hatırlanabilirliğinde ve görsel kimliğinde ciddi karışıklıklara yol açabilecek bu anlayışa verilebilecek örneklerden birisi Rus *New Porker* dergisi'dir. Her yeni sayısında kapak tasarım anlayışını logosuna da yansıtarak, yazı karakterinden, rengine, kapaktaki konumuna kadar yenilemektedir (Bkz. 139. Görüntü).



139. Görüntü: *New Porker* e-dergisinin farklı sayıları için tasarlanan logo görüntüleri (<http://www.newporker.ru>).

4.4 SAYFA TASARIMI

Sayfa tasarımı, bilginin okunabilir, ilgi çekici ve etkili biçimde düzenlenmesidir. Bir yayının sadece içeriğiyle değil, sayfa düzenleme biçimiyle de okura kendini tanıtır ve okutturur. Bu sebeple yazı, fotoğraf, resimleme gibi tasarım öğelerinin yayımlanacağı ortamın (kağıt, ekran) özellikleri çerçevesinde nasıl tasarlandığı ve sunulduğu büyük önem taşımaktadır. Tüm bu öğelerin birbiriyle ilişkisi, bölüm başlığından sayfa numarasına, içindekiler sayfasından arka kapağa kadar derginin görsel kimlik oluşumunu etkilemektedir.

Dergilerde tipografik seçim ve uygulanış biçimi, sayfa tasarımının en temel sorunudur. Doğru kullanılmamış bir tipografiye sahip dergi, içeriğin okura iletiminde zorluk

sağlayarak aynı zamanda görsel olarak etkisini kaybetmesine de sebep olmaktadır.

Tipografi bilgi ve mesajın amacına uygun bir biçim diliyle iletilmesinin yanı sıra bir biçem, kimlik, görsel bir dil olabilme gücünü de taşımaktadır. Tipografi aracılığıyla kavramsal boyuttaki sorun, görsel bir dille çözümlenmekte, içerik biçimlenerek bir grafik tasarım ürününe dönüştürülmektedir.

Okunabilir tipografi bilgi iletiminde en büyük araçtır. Bununla birlikte dergi tasarımında okunabilirlik uğruna tasarımın feda edilmediği, tasarım uğruna da okunabilirlikten vazgeçilmemiş, okutan ve yaratıcı bir birliktelik arayışı hep söz konusu olmuştur.

Okuturluk (readability), okunurluktan (legibility) farklıdır; bu kavram yalnız yazı karakteri içermez, üstelik ölçüde, puntoda, sayfa sınırlarında, kağıt seçimi ve benzeri her düzenleme etkeninin nasıl olduğunu içerir. Bir başka deyişle, her şeyin hoşnut edici bir okuma yaratmasıdır. Okunurluk yazı karakteri ve harf ölçüsüne bağlı iken, okuturluk bütün tasarımda temellenir (Sarıkavak, 2004, s.66).

Çevremizde bir çok alanda etkisini gösteren tipografi, kullanıldığı alanlara göre özel yaklaşımlar gerektirmektedir. Elektronik dergilerin yayınlandığı İnternet ortamında kullanılacak tipografi de basılı bir dergiden farklı kurallar içermektedir. “Günümüzde özellikle 1995’lerden sonra yaygınlaşması sonucu hızla gelişen iletişim ortamı web, tipografik tasarımın özenle uygulanması gereken bir alandır. ...Yeni teknolojiler yalnız görsel sonuçlar değil, davranışımıza getirdiği etkilerle de yeni bir kullanım anlayışı ve yaklaşımını getirmektedir.” (Sarıkavak, 2004, s.191).

Bir derginin rakipleri arasındaki farkını ortaya koyan en önemli araç özgün tipografisidir. Namık Kemal Sarıkavak tipografiyi “harflerin ve yazınsal-görsel iletişime ilişkin diğer öğelerin, hem görsel, işlevsel ve estetik düzenlemesi, hem de bu öğelerle oluşturulan bir tasarım dili” (Sarıkavak, 2004, s.10) olarak tanımlamaktadır. Tipografinin etkisi öncelikle bilginin iletiminde, sonrasında dergi kimliğini oluşturmada ve benimsetilmesinde çok güçlüdür. Derginin her sayfasında seçilen yazı karakteri, büyüklüğü, hizalama biçimi, harf-sözcük-satır arası boşlukları gibi tipografik sorunlar okunurluğu etkilemektedir.

4.4.1 Yazı karakteri seçimi

Yazı karakteri seçimi, sayfaların genel tasarım yapısını oluşturmada başlangıç noktasıdır. Basılı ve elektronik dergilerde kullanılacak yazı karakterleri farklılıklar göstermektedir. Basılı dergilerde çok çeşitli yazı karakteri kullanılabilirken, ekrana

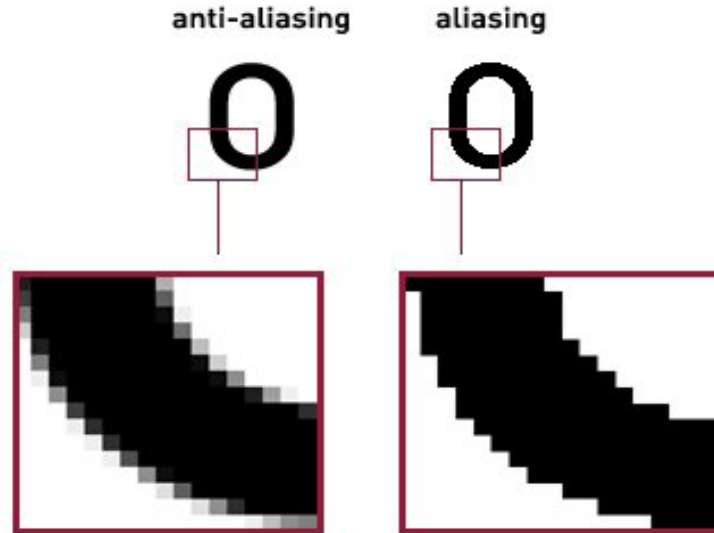
yönelik tasarımlar özellikli yazı karakteri seçimini gerektirmektedir.

Çok genel olarak incelemek gerekirse elektronik ortamda kullanılacak yazı karakterleri *Georgia* gibi tırnaklı (serifli) ve *Verdana* gibi tırnaksız (sans serif) olarak iki gruba ayrılmaktadır. *Georgia* tırnaklı, *Verdana* ise tırnaksız yazı karakterine örnektir (Bkz. 140. Görüntü).

Georgia Verdana

140. Görüntü: Georgia ve Verdana yazı karakteri görüntüleri.

Basılı yayınlarda rahatça okunan tırnaklı yazı karakterlerinin uçlarındaki çıkıntıların, ekran çözünürlüğüne bağlı olarak görüntü işleme(render) sorunları ve harflerin yapılarında oluşan bozulmalar sebebiyle elektronik yayınlarda sorunlar oluşturabilmektedir. Küçük ölçülerde kullanılan tırnaklı yazı karakterleri, düzensiz noktacıklı yapıda ve kırık bir görünüme sahip olacaktır. Ekran tasarımlarında bu sorun keskinliğin yumuşatılarak çentiklerin giderilmesi işlemi olan “anti-aliasing” kullanılarak çözümlenebilmektedir (Bkz. 141. Görüntü). Fakat bu yöntem yazı karakterine bağlı olarak zaman zaman bazı harflerin uçlarında bulanıklık ve eğriliklere neden olabilmektedir.



141. Görüntü: Bir yazı karakterinin anti-aliasing işlemi gören (solda) ve görmeyen (sağda) kesitinin görüntüsü.

Ekranla yönelik tasarımlarda mutlaka tırnaklı yazı karakteri kullanılacaksa, ekran için özel tasarlanan *Georgia* karakteri tercih edilmesi uygun olacaktır. “Georgia’nın

x-yüksekliği Times'dan daha fazla, fakat Verdana kadar geniş değildir. Bu durum karaktere geleneksel bir hava katmakta, aynı zamanda ekranda rahatça okunurluğu sağlamaktadır.” (Will-Harris, 2008) (Bkz. 142. Görüntü).

<p>Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alorem. Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alorem.</p>	<p>Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alorem. Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alorem.</p>
<p>Times New Roman 12 pt</p>	<p>Georgia 12 pt</p>

142. Görüntü: Aynı büyüklükteki Georgia yazı karakteri, Times New Roman yazı karakterinden daha büyük görünmektedir (<http://www.wilsonweb.com/wmt6/html-email-fonts.htm>).

Ekrana yönelik tasarımlarda çoğunlukla okunurluğu yüksek, harf anatomileri ve boşlukları ekrana özel düzenlenmiş tırnaksız yazı karakterleri tercih edilmektedir. “Tahoma, Verdana, Geneva, Lucida” gibi tırnaksız yazı karakterleri, hem rahat okunabilmekte hem de her tür bilgisayar ortamında (PC, Macintosh, Unix) görüntülenebilmektedir (Bkz. 143. Görüntü).

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Tahoma

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Lucida

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

143. Görüntü: Verdana, Tahoma ve Lucida yazı karakterlerine ait görüntüler.

Özellikle *Verdana*, geniş x- yüksekliğine sahip karakterleri arası geniş boşluklar oluşan bir yazı karakteridir. Bu sebeple her büyüklükte kolayca algılanmakta, tırnaksız yazı karakterleri içinde çoğunlukla tercih edilmektedir. Aşağıdaki çizelgede her ikisi de tırnaksız olan Arial ve Verdana yazı karakterlerinin aynı ölçüdeki biçimleri bulunmaktadır (Bkz. 144. Görüntü). Verdana, en küçük ölçülerde dahi ekranda rahatlıkla okunabilmekte ve takip edilebilmektedir.

<p>Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alore. Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alore.</p>	<p>Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alore. Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alore.</p>
<p>Arial 10 pt</p>	<p>Verdana 10 pt</p>
<p>Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alore. Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alore.</p>	<p>Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alore. Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alore.</p>
<p>Arial 9 pt</p>	<p>Verdana 9 pt</p>

144. Görüntü: Arial ve Verdana yazı karakterlerinin aynı yazı karakteri ölçüsündeki farklarının görüntüleri (<http://www.wilsonweb.com/wmt6/html-email-fonts.htm>).

“İyi bir ekran fontunun özellikleri; ağırlık ve kalınlığında tutarlı, basit hatlara ve düşük kontrastlığa sahip, x- yüksekliği dengeli, harf içi ve harf arası boşluklarının fazla olmasıdır.” (Hume, 2005).

4.4.2 Yazı Ölçüsü

Sayfada kullanılan yazı karakterinin ölçüsü içerik hiyerarşisinde önemli bir belirleyicidir. Yazı karakteri ölçüsündeki değişikliklerle önem sırasına göre vurgular yapılabilir. Örneğin bilgi öncelikleri farklı olan başlık, alt başlık, metin ve resim altı yazıları farklı büyüklüklerde kullanılması. Ayrıca yazının ölçüsü, satırların uzunluğunu, sütunların yapısını ve sayfa içindeki boşlukları da etkilemektedir.

Yazı karakterinin harf ölçüsü punto⁵ ile tanımlanır. Aynı puntodaki harf boyutları, yazı karakterinin özelliklerine ve görüntülediği ortama göre değişiklik gösterebilmektedir. Aynı ölçüdeki tırnaksız ve tırnaklı iki yazı karakteri, x yüksekliklerine bağlı olarak farklı algılanabilir. Örneğin 12 puntodaki tırnaksız yazı karakteri *Arial* çok rahatlıkla okunabilirken, aynı puntodaki *Times New Roman*'ın ince ayrıntıları kaybolarak okuma zorluğuna neden olmaktadır (Bkz. 145. Görüntü). Bu iki yazı karakteri arasında

5 punto: “Harfin yukarı uzanan bölümünün en üstünden aşağı inen bölümünün en altına ve de artı olarak etkili yerleştirildiğinde çizgisel engel oluşturan, üst ve alttaki boşluğun küçük bir tutarının ölçüsünü belirtir.” (Sarıkavak, 2004, s.56).

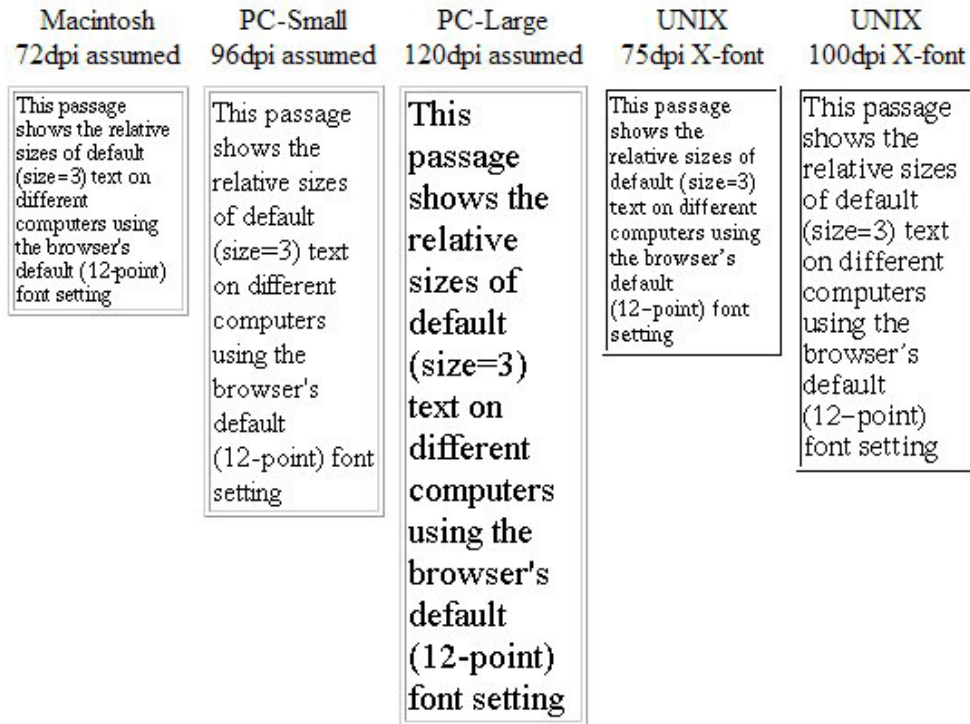
Times New Roman kullanılan metnin ölçüsü 1-2 punto artırılarak bu sorun ortadan kaldırılabilmektedir.

<p>Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alorem. Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alorem.</p>	<p>Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alorem. Lorem ipsum frangali puttuto rigali fortuitous confulence magficati alorem.</p>
<p>Times New Roman 12 pt</p>	<p>Arial 12 pt</p>

145. Görüntü: Aynı puntodaki (12 pt) Times New Roman (tırnaklı) ve Arial (tırnaksız) yazı karakterlerinin görüntü farklılıkları (<http://www.wilsonweb.com/wmt6/html-email-fonts.htm>).

Dergi, kitap gibi uzun metinlerde rahat ve verimli bir okuma için ideal harf ölçüsü 10-14 punto aralığında olmalıdır. Böylece hem karakterler dengeli bir gri alan oluşturacak hem de harfe ait detayların belirgin biçimde algılanırılığı sağlanacaktır. ...Basılı yayınlar için gövde metinlerde 10-12, başlıklarda 14 punto ve üzeri kullanılmaktadır (Samara, 2005, s.36).

Macintosh ve PC gibi farklı bilgisayar sistemlerinde aynı yazı karakterinin ölçüsü farklı görüntülenmektedir. Bu sebeple elektronik dergilerde kullanılan program ve sistem özellikleri tespit edilerek, metinlerde kullanılacak uygun ölçü belirlenmelidir. Örnekte (Bkz. 146. Görüntü) aynı yazı karakterinin 12 puntoda PC, Macintosh ve UNIX ekranlarındaki büyüklük farklılıkları rahatlıkla seçilmektedir.



146. Görüntü: Farklı platformlarda aynı puntodaki yazı karakterinin büyüklük farklılıklarını gösteren tablo (<http://home.earthlink.net/~bobbau/platforms/text-size/>).

4.4.3 Harf, Sözcük ve Satır Arası Boşluk

Sayfa tasarımında görsellerin etrafındaki boşluklar kadar, sözcükleri oluşturan harfler arasındaki boşluklar da her biri ayrı çözümlene gerektiren tasarım elemanlarıdır. Her harf ayrı bir anatomi ve ağırlığa sahiptir. Buna bağlı olarak iki farklı harfin yan yana geldiğinde oluşturduğu boşluklar, özel olarak incelenmesini gerektirmektedir. Harflerin rahatça algılanmasını ve sözcüklerin okunabilmesini sağlayan boşluklar anatomik yapılarına göre yan yana gelen harfler için değişmektedir. Görüntüde (Bkz. 147. Görüntü) “w” ile “o” ve “o” ile “r” harfleri yan yana geldiğinde oluşan boşlukların her harf için ayrı ayrı yapıldığı düzenlemeler belirtilmektedir.

words words words

147. Görüntü: Harfler arasındaki boşlukların düzenlenmesi görüntüleri.

“Harfler birbirinden farklı görsel ağırlık ve biçimlere sahiptir. Örneğin (Bkz. 148. Görüntü) L harfi kendinden sonraki harf ile bileşkesinde ayrı bir sıkıştırma gerektirir.

A harfi H harfine kıyasla daha çok negatif alana sahiptir.” (Uçar, 2004, s.132) Harfler arasındaki boşluk düzenlemesi, günümüz bilgisayar programlarının bir çoğu tarafından otomatik olarak yapılmaktadır. Fakat kullanılan yazı karakterinin puntosu, anatomisi, satırlar arasındaki boşluğa göre tasarımcının bu boşluklara ayrı ayrı müdahale etmesi gerekebilmektedir.

LAVANTA LAVANTA

148. Görüntü: A ve L harfleri arasındaki boşlukların düzenlenmeden önce ve sonraki görüntüleri

Tıpkı harf boşluk düzenlemeleri gibi sözcükler arasındaki boşluklar içinde özel düzenlemeler yapılmaktadır. Sözcükler arasındaki boşluklar, harfin iç boşlukları ve çizgilerin yoğunluklarına göre ayarlanmaktadır. “Temelde aynı yazı karakterinden “i” harfinin iki sözcük arasına yerleştirilmesiyle, sözcükler arası boşluk hesaplanabilmektedir.” (Bkz. 149. Görüntü) (Samara, 2005, s.37).

hopesithe wordsiare oneihopesithe wordsiareispacedievenly
hopes the words are o n e i h o p e s i t h e i w o r d s i a r e

149. Görüntü: Sözcükler arasındaki boşluklar aynı yazı karakterinden “i” harfinin iki sözcük arasında yerleşimiyle hesaplanabilmektedir (Samara, 2005, s.37).

Harf arası, sözcük arası ya da satır arası boşluklar gereğinden fazla arttırıldığında ya da azaltıldığında okuma güçlüğüne sebep olacaktır. Yazı karakteri ölçüsü azaldıkça, gözün belirgin şekilde harfleri seçebilmesi için, harf arası boşluk arttırılmalıdır. Aynı şekilde verimli bir okuma için yazı karakteri ölçüsü arttıkça, harf arası boşluk da azaltılmalıdır. Bu bağlamda okunabilirlik için sözcükler arasında gerekli en küçük boşluk bırakılmalıdır. Sözcükler arası boşluk arttıkça cümleyi oluşturan harflerin çizgisel yapısında çatlama, aralıklar oluşmaktadır. Bu boşlukların paragraf içindeki sürekli tekrarına bağlı olarak da tipografik hatalar meydana gelmektedir. Özellikle tam bloklama düzeni ve düzensiz sözcük arası boşluklar “nehir”lerin oluşumuna sebep olmaktadır. “Nehir problemi tam bloklamadan da kaynaklandığı için, metin içinde tireleme yaparak, metni her iki taraftan yerine, soldan bloklama yaparak, satır genişliğini değiştirerek önlenebilmektedir.” (Uçar, 2004, s.129) (Bkz. 150. Görüntü).

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit.
 Etiam commodo tortor eu purus.
 Pellentesque habitant morbi
 tristique senectus et netus et
 malesuada fames ac turpis
 egestas. Phasellus sagittis ipsum
 in justo. Morbi quis elit. Praesent
 commodo auctor ipsum.

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit.
 Etiam commodo tortor eu purus.
 Pellentesque habitant morbi
 tristique senectus et netus et
 malesuada fames ac turpis
 egestas. Phasellus sagittis ipsum
 in justo. Morbi quis elit. Praesent
 commodo auctor ipsum.

150. Görüntü: Metin içerisinde oluşan “nehir” ler ve giderilmiş biçimi.

Harf ve sözcük arası boşluk düzenlemeleri gibi satır arası boşluk da okunurluğa etki etmektedir. Satır arası boşluğu belirleyen en önemli nokta, harflerin alt ve üst uzantılarıyla, küçük harflerin yüksekliğidir. Şekilde görüldüğü gibi (Bkz. 151. Görüntü) hatalı yapılmış boşluk düzenlemesi harf uzantılarının üst üste binmesine, siyah lekeler oluşturarak görsel bozukluklara ve okuma zorluğuna yol açmaktadır.

At vero eos et accusam et justo duo dolores
 et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no
 sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor
 sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consete
 tur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirno
 tempor invidunt ut labore et dolore magna
 aliquyam erat, sed diam voluptua. At vereos

At vero eos et accusam et justo duo dolores
 et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no
 sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor
 sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consete
 tur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirno
 tempor invidunt ut labore et dolore magna

151. Görüntü: Hatalı boşluk düzenine bağlı olarak üst üste binen harf uzantı görüntüsü.

Boşluk düzenlemeleri kadar satır uzunlukları da okunurluğa etki etmektedir. Satır uzunluklarını belirleyen en önemli öge ise çizgi başına düşen karakter sayısıdır. Bu sayı kullanılan yazı karakterinin ağırlığı ve kapladığı alana göre değişiklik göstermektedir. “Yazı karakteri ölçüsü ne olursa olsun bir metinde satır başına 50-80 karakter (boşluklar dahil) karşılığı yaklaşık 8-12 sözcük algılanabilmektedir. Bu değerlere bağlı olarak paragraf genişliği hesaplanabilmektedir. “Paragrafdaki satır uzunluğu satır arası boşluğa etki etmektedir. Okur gözü, satır sonunda bir alt satırın başına giderken zorlanmamalı kolayca yakalayabilmelidir.” (Samara, 2005, s.37).

İki farklı paragraf arasındaki boşluğu, satır boşluğunun 1.5 katı kadar bırakmak idealdir. Örneğin satır arası boşluğu 12 punto olan bir paragrafın son satırının bastığı düzlemle, bir sonraki paragrafın ilk satırının bastığı düzlem arası olarak 18 punto kullanılabilir. Bu boşluk tasarımcının hassasiyetiyle doğru orantılı olarak artırılıp, eksiltilebilir (Samara, 2005, s.40) (Bkz. 152. Görüntü).

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum viverra. Aliquam leo risus, tempor at, sollicitudin non, lacinia a, enim. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum viverra. Aliquam leo risus, tempor at, sollicitudin non, lacinia a, enim. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas.

152. Görüntü: 12 pt ve 18 pt satır aralığı bırakılmış bir paragraf metin görüntüsü.

4.4.4 Hizalama

Metin düzenlemelerinde paragrafın genişliğine göre bir çok farklı biçimde hazırlanmış metin düzenlemeleri yapılabilmektedir. Sola hizalı, sağa hizalı, ortadan hizalı, tam hizalı gibi. Sola, sağa ve ortaya hizalı metinlerde satır uzunlukları değişken, tam blokda ise iki yana yaslı olması sebebiyle eşittir. Ortadan hizalamada satır uzunlukları, görünmeyen ve sütunun ortasından geçen bir çizgiye hizalı, tam hizalamada ise sola ve sağa yaslı olmaktadır (Bkz. 153. Görüntü).

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum lobortis laoreet lorem. Integer mi ligula, vestibulum sodales, mattis ut, pellentesque eget, quam. Nullam congue eros quis neque. Vivamus id tortor. Fusce mi purus, facilisis vitae, tempor sed, ornare nec, nisl.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum lobortis laoreet lorem. Integer mi ligula, vestibulum sodales, mattis ut, pellentesque eget, quam. Nullam congue eros quis neque. Vivamus id tortor. Fusce mi purus, facilisis vitae, tempor sed, ornare nec, nisl.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum lobortis laoreet lorem. Integer mi ligula, vestibulum sodales, mattis ut, pellentesque eget, quam. Nullam congue eros quis neque. Vivamus id tortor. Fusce mi purus, facilisis vitae, tempor sed, ornare nec, nisl.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum lobortis laoreet lorem. Integer mi ligula, vestibulum sodales, mattis ut, pellentesque eget, quam. Nullam congue eros quis neque. Vivamus id tortor. Fusce mi purus, facilisis vitae, tempor sed, ornare nec, nisl.

153. Görüntü: Sırasıyla sola, sağa, ortadan ve tam hizalama yapılmış metin görüntüsü.

“Web ortamının sınırlı olanakları sebebiyle tam, merkezi ya da sağa blok paragraf düzenlemeleri tasarım hatalarına ve okuma zorluğuna sebep olacağından, yaygın olan sol blok düzenleme benimsenebilir.” (Sarıkavak, 2004, s.192).

4.4.5 Vurgu

Metin içinde özel bir sözcük ya da sözcük grubunun öne çıkarılması için farklı vurgu

biçemleri kullanılabilir (Bkz. 154. Görüntü). Normal olarak düz (roman) kullanılan bir metinde vurgu amacıyla sıkça kullanılan biçimler; eğik (*italic*), kalın (**bold**) ve kalın eğik (***bold italic***)'tir.

Helvetica

Helvetica Italic

Helvetica Bold

Helvetica Bold Italic

154. Görüntü: Helvetica yazı karakterinin normal, eğik, kalın ve kalın eğik kullanımına örnek görüntü.

Kalın (Bold); vurgulamanın en etkili ve bilinen yöntemi yazının kalın kullanımınıdır. Özellikle başlık, alt başlık gibi uzun olmayan sözcük gruplarında, röportaj sayfalarında soru ve cevabı ayırmak için (Bkz. 155. Görüntü) kalın yazı kullanılmaktadır. “Kalın biçem vurgulamanın bir biçimidir. Sürekli okuma gerektiren metin dizgilerinde kalın biçem kullanılmamalıdır. Bu vurgulama biçimi sürekli yazıya uygulandığında, pixel örüntülü bir gösterim ortamında okunurluğu ciddi anlamda zedeler.” (Sarıkavak, 2004, s.192).

Eğik (*Italic*); diğer bir vurgulama yöntemi ise eğik yazı biçimidir. Özellikle bir metin içinde yabancı tümcelerin yazımında, süreli yayın isimlerinde kullanılmaktadır (Hume, 2005). Fakat eğik yazı, tırnaklı yazılarda - düşük çözünürlükte okunabilirliği azaltması sebebiyle - ekrana yönelik tasarımlarda çok sık kullanılmamalıdır.

Alt Çizgi (Underline); Sözcüklerin altına çizilerek vurgulandığı yöntemdir. Metin içerisinde belli bir sözcük ya da sözcük grubuna dikkat çekmek seyrek olarak kullanılmaktadır.

BÜYÜK/küçük Harf (Majiskül/miniskül); Büyük küçük harf kullanımı okunurlukta güçlü bir etkiye sahiptir. Tüm büyük harf yazıların metinlerdeki sözcükler dikdörtgen alanlar oluşturacağından okunmaları küçük harflerle yazılmış sözcüklere göre daha zordur. Bu sebeple kısa başlıklarda kullanılsalar da büyük harf kullanımı sürekli metinler için uygun değildir (Bkz. 155. Görüntü).

*Akademi günlerinizden söz edelim.
Final projeleri bünyesinde yaptığınız
500 afişlik bir çalışmanız mevcut.
Benim merak ettiğim böyle büyük
ve kapsamlı bir projenin üstesinden
nasıl geldiniz? Neler hissettiniz?
Muazzam bir şey yaptığımı hissettim,
asla bir müşteri için yapamayacağım bir
şey; çünkü çok pahalı olurdu (yaklaşık*

EDITORIAL ILLUSTRATION:
DIE KURZLEBIGE NATUR DER KUNST
*Für den argentinischen Illustrator Gabriel Fernández ist die Kunst
eine Form des Lebens und die Arbeit eine Form der Kunst.*

THE EPHEMERAL NATURE OF ART
*For Argentinean illustrator Gabriel Fernández, art is a way of life
and work a way of art.*

155. Görüntü: *Grafik Tasarım* ve *Novum* dergilerinden alınan metin içinde vurgulama görüntüleri.

Dergilerde bilinen bu vurgu biçimlerinin yanı sıra farklı uygulamalar da kullanılmaktadır. Örneğin düz, tırnaksız yazı karakteri uygulanan bir metinde, başlıkta tırnaklı veya el yazısı kullanımı, cümle biçiminde yazılan bir metinde başlığın tümünde büyük harf ve renk kullanımı bunlardan bir kaçıdır (Bkz. 156. Görüntü). Bu gibi yöntemlere ek olarak alttan, üstten çizgi, renkli kutu içerisine almak veya renkli kalemle vurgulama etkisi de kullanılabilir.

de circonstances et de hasards dor

cours, tout est chapelet de séjours, tout est refrain sans fin. (1) » Métaphysique, la spirale? Certes. Pa aussi ! Et c'est la gidouille du père Ubu avec sa grosse le ventre. La parodie de cette vitalité frénétique et broi l'homme oppose à son angoisse d'exister, ce jeu déris à la fois sa misère et sa grandeur. Le mouvement mêt cet enchaînement de circonstances et de hasards dont se désenchaîner, est spirale. Est-ce un hasard si le myst secret de notre existence, est symbolisé par une forme **LA SPIRALE ET LE BAROQUE**. La Réforme pro XVI^e siècle laisse l'homme seul face à Dieu, et ses pastet clament qu'« é finita la commedia ! » Mais l'histoire tour dans son sac : vient la Contre-Réforme catholique voluptueux du sacré, et resurgit, plus forte que jama de la spirale. Elle est jubilation, elle est extase, elle est Le Bernin et Borromini en font leur forme favorite. L' sont rejetés par Versailles : le jansénisme et la bigoterie d'accord pour condamner cette effusion vitale, heureuse de Rubens, aussi, semble obscène à ces cartésiens. « de peinture moins silencieuse. Moins anathique. Mo

t. Be atmet unter laute Ver- eht

meinde war entzückt: entmulcht machten sich Hommes nature-Riffs noch viel besser und wenn er auch nicht wirf er doch wenigstens Luft. Mit warm schwingendem Indus Gesang jenseits von Theater und einem Namen, der alle &Heavy-Land einen Knoten in die Zunge machen sollte,

»All of metals strengths and none of its cliches.«

ch ge- halb- s. Das schen erhal- imge- eg zu önung öfen, nach

Ich habe vergessen, wem das mal zugeschrieben wurde, Prong oder Voivod. QOTSA passen gut in diese ungleiche F haben, was nunmal nicht ausbleibt, wenn man das mit dem Allein die Oberflächen von Nick Oliveri erfüllen so ziemlich Projektion. Er und Josh kennen sich, seitdem sie 14 sind dung, die sie auch nach sechs getrennten Jahren wieder musste sich nur noch kurz die Hörner abstoßen. Die Zeit Queens hatte er im wesentlichen damit verbracht, mit den eine Spur von Blut, Drogen und als Gigs getarnten vierte Stunts über den Kontinent zu ziehen. (»XXXXX«, der vorr

156. Görüntü: Fransız *Mix* (2000) ve Alman *Spex* (2002) dergi sayfalarından ara başlıkların öne çıkarılmasına örnek görüntü (Moser, 2007, s. 128).

Dergide yer alan bir makalede yapılan bir alıntı, röportajda söylenen önemli bir kaç cümle gibi kısımların özel vurgu gerektiren metin gruplarıdır. Devam eden metin içerisinde bulunmakla birlikte, dikkat çekici biçimde gösterilmesi gerekmektedir. Bunun gibi özel metin grupları, tırnak içindeki alıntı cümlesi biçiminde gösterilebileceği gibi, zemin renginden farklı özel bir form içerisinde yerleştirilerek de gösterilebilmektedir (Bkz. 157. Görüntü).



The house was first owned by the Barlow family in the 1840s, says John "Phillyban" Benezet, standing at one of the many floor-to-ceiling windows of his new five-story townhouse on New York's Gramercy Park. Benezet was an eccentric. They mean he was rich. It was poor but it just had been crazy.

One of those celebrities on a residence basis with many in pop culture's garden, Benezet is staying across the marble floors of his new home with his wife, Carolyn, a former Williams model, now co-owner of the wonderful Coffee Shop on Union Square in downtown Manhattan. Their daughter, Rose, 3, and Lark, 2, are also present.

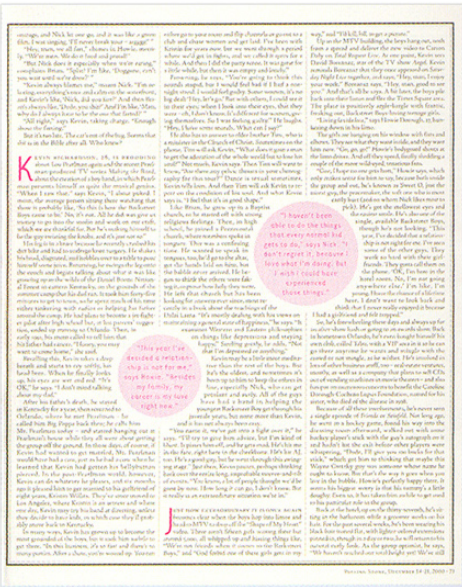
"I want a comfortable place filled with things we love," explains Carolyn of her plans for their third and marked 12,000-square-foot work-in-progress filled with Louis XV dining, Spurring Street artworks, a damask-winter, and 13 Etruscan. "Phillyban's only requirements are a couch, a TV, and a phone in every room. (She's working with architect Vance Smosher, who designed Whitney Houston's New Jersey home.)

"We're going to build a DJ booth," Benezet adds, joking, dressed down in jeans and a sweatshirt, his brown hair and a goatee, a single gold earring glinting. "She's giving me one room for me, all my friends, and 4000 records and 3000 CDs."

It's a bit of a trend now to be looking out at panoramic Gramercy Park with the early 1950s-style brick bazaar and Athina Barabara, this wild thing who made his (partner) home to a 4.5 in some of the finest residential in New York City and is a producer (and for two years, boyfriend) of the Madonna of "Phillyban" and "Benderban." A cousin of the late '70s and the '80s, Benezet kept redefining himself membership during those roaring years as club DJ, co-owner of the famous "Phillyban" disco, and then as a producer (and for two years, boyfriend) of the Madonna of "Phillyban" and "Benderban." A cousin of the late '70s and the '80s, Benezet kept redefining himself membership during those roaring years as club DJ, co-owner of the famous "Phillyban" disco, and then as a producer (and for two years, boyfriend) of the Madonna of "Phillyban" and "Benderban."

"I don't mind if I don't do my homework," he says, smiling. "I don't mind if I don't do my homework," he says, smiling. "I don't mind if I don't do my homework," he says, smiling.

"I want a comfortable place filled with things we love," explains Carolyn of their landmark 12,000-square-foot work-in-progress on Gramercy Park.



... bir şey olsaydı size fotoğraflarını göstermemin bir anlamı kalırdı.

... Geçmiş yıllara geri dönülebilir sansiz olsaydı, bir akşam yemeğinde sanat tarihinde hangi önemli isimleri misaldir olmak ve onları ne kadar konuşmak isterdiniz? Korkunç sanatçılara akşam yemeği yemek beni pek ilgilendirmem. Ama diğer tarafta bir de Leonardo da Vinci gibi bir sanatçı var. Tekliline onu da kapsayacağı sanırım benim seçimim o olurdu.

... 30 yaşında genç bir bilim adamı ve sanatçı olarak bugüne kadar birçok ödülle layık görüldünüz. Bunların arasında; Polonya Fizik Derneği'nin "Fizik Dalında En İyi MSc Tezi"nden, Digital Camera Magazine'nin "Yılın Fotoğrafçısı" ödülüne, KTR Reklam Festivali'nde altın, gümüş ve bronz madalyalardan, Epica Ödülleri'ndeki bronz madalyaya kadar birçok ödül sayabilirsiniz. Ödüller siz motive ediyor mu? Şöhreti önemser misiniz? Ben çoğunlukla tam tersine inanırım. Şöhreti önemsemek, sizi ödül kazanmaktan çok motive eder. Benim için en büyük ödül, çalışmamın başka insanlar tarafından beğenilmesidir. Memnun olmam için bu yeter.

... Dünyada "Andrzej Dragan" adında bir ülke olsaydı, nasıl bir yer olurdu? Bayrağı neye benzer, ulusal marşında ne gibi sözler bulunurdu? Her zaman büyük bir şehrin ortasında, bir gökdelinim çok yüksek kattanlardan birinde küçük bir yer satın almak istesimdir. Şehir ve yöresini traşığı görüleceğim, kalabalığı ve gürtülüğü hissedebileceğim bir yer... Bir mesafeden...

... care about fame motivates me to win awards. The best award for me is appreciation of my work by other people. This is enough to make me satisfied.

... If there were a country named "Andrzej Dragan", what kind of place would it be? What would its flag look like and what like would be the lyrics of its national anthem? I have always wanted to buy a small apartment in a center of a big city, on a very high floor of a skyscraper. With a view on the city traffic, crowd and noise. A place that would offer the possibility of watching the world from a distance.

Without being seen or disturbed. Not only a few weeks ago I made this dream...

157. Görüntü: Amerikan Harper's Bazaar (1995) ve Rolling Stone (2000) dergi iç sayfalarında vurgulama biçimleri görüntüsü.

Basılı metinlerde hemen hepsi rahatlıkla kullanılan bu vurgu öğeleri, ekrana yönelik tasarımlarda değişiklik göstermektedir. Ekran ışığını harflerin yapılarında oluşturduğu değişimlerden en az etkilenecek biçimde seçilen vurgu biçimleri çoğunlukla kalın biçim ve büyük/küçük harf kullanımı'dır. Bak dergisine ait sayfa görüntüsünde bir röportajda soru ve cevabı birbirinden ayırarak için soru cümlelerinde kullanılan kalın vurgu cümleleri öne çıkarmaktadır (Bkz. 158. Görüntü).

RÖPORTAJ
INTERVIEW

- Çalışmalarınızı gerçekleştirirken kendinizi ne ölçüde özgür hissediyorsunuz? Sizler bir biçimci olsaydı nasıl bir kişisel proje yaratırdınız?

... devam edecek. Bugün fotoğrafçılık çok popüler ancak bir süre sonra yemisi, suyu keşfedilmemesi başka bir şey bırakacak. Ne olacağı hakkında bir fikirim yok ama merak etmem, bu zamanla ilgili bir şeydir.

- Sizde "Andrzej Dragan etkisi", fotoğrafların içerdiği ruh halini ne yinde değiştiriyor?

Benim yapığım şey, insanların görünüşlerinde ışık bulaşımını naklata ortaya çıkarmak. Sözleriyle anlatılabilecek...

- If you had a chance to travel back in time and have dinner with an artist from the art history, who would you choose and what would you talk to him/her?

I am afraid, I wouldn't be very interested in dining with artists. Leonardo da Vinci was also an artist on a side way. If the offer includes him, I think that he would be my choice.

- As a 30 year old, young scientist and artist, you won numerous awards up to now, including Polish Physical Society's "Best MSc Thesis in Physics", KTR Ad Festival's gold, silver and bronze medals, Epica Awards' bronze medal, Digital Camera Magazine's "Photographer of the Year" and so on. Do the awards motivate you and do you care about fame?

I think that it is usually the opposite...

... bir şey olsaydı size fotoğraflarını göstermemin bir anlamı kalırdı.

... Geçmiş yıllara geri dönülebilir sansiz olsaydı, bir akşam yemeğinde sanat tarihinde hangi önemli isimleri misaldir olmak ve onları ne kadar konuşmak isterdiniz? Korkunç sanatçılara akşam yemeği yemek beni pek ilgilendirmem. Ama diğer tarafta bir de Leonardo da Vinci gibi bir sanatçı var. Tekliline onu da kapsayacağı sanırım benim seçimim o olurdu.

... 30 yaşında genç bir bilim adamı ve sanatçı olarak bugüne kadar birçok ödülle layık görüldünüz. Bunların arasında; Polonya Fizik Derneği'nin "Fizik Dalında En İyi MSc Tezi"nden, Digital Camera Magazine'nin "Yılın Fotoğrafçısı" ödülüne, KTR Reklam Festivali'nde altın, gümüş ve bronz madalyalardan, Epica Ödülleri'ndeki bronz madalyaya kadar birçok ödül sayabilirsiniz. Ödüller siz motive ediyor mu? Şöhreti önemser misiniz? Ben çoğunlukla tam tersine inanırım. Şöhreti önemsemek, sizi ödül kazanmaktan çok motive eder. Benim için en büyük ödül, çalışmamın başka insanlar tarafından beğenilmesidir. Memnun olmam için bu yeter.

... Dünyada "Andrzej Dragan" adında bir ülke olsaydı, nasıl bir yer olurdu? Bayrağı neye benzer, ulusal marşında ne gibi sözler bulunurdu? Her zaman büyük bir şehrin ortasında, bir gökdelinim çok yüksek kattanlardan birinde küçük bir yer satın almak istesimdir. Şehir ve yöresini traşığı görüleceğim, kalabalığı ve gürtülüğü hissedebileceğim bir yer... Bir mesafeden...

... care about fame motivates me to win awards. The best award for me is appreciation of my work by other people. This is enough to make me satisfied.

... If there were a country named "Andrzej Dragan", what kind of place would it be? What would its flag look like and what like would be the lyrics of its national anthem? I have always wanted to buy a small apartment in a center of a big city, on a very high floor of a skyscraper. With a view on the city traffic, crowd and noise. A place that would offer the possibility of watching the world from a distance.

Without being seen or disturbed. Not only a few weeks ago I made this dream...

Bak | 184

SİYER | FİREK | KAFKAS | COVER | KÜS BRANZI | İDEK |

Bak | 187

158. Görüntü: Bak dergisinde kalın biçim ile vurgu kullanımı görüntüsü.

Gazete, dergi gibi yayınlardaki metinlerde, paragraflar genişliklerinden daha fazla olarak aşağıya doğru uzadıkça sütunları meydana getirmektedir. Sütunlar içindeki paragrafların birinin bitip ötekinin başladığı okura kolayca hissettirilmelidir. Bunun için en sık biçimde paragraflar arasında bir satır boşluk bırakılmaktadır. Diğer bir gösterim biçimi, farklı bir paragrafa geçildiğinde yeni paragrafın ilk satırının içe girinti biçiminde ya da ilk satırının asılı diğer tüm satırlarının içeriye girinti biçiminde gösterilmesidir (Bkz. 159. Görüntü). İkinci biçimi okurun çok rahat algıladığı ve alttan gelen satırları referans olarak kolayca sayabildiği bir kullanımdır. Fakat asılı satır altında oluşan geniş boş alan kaybı sebebiyle tasarımcılar tarafından fazlaca kullanılmamaktadır.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum lobortis laoreet lorem. Integer mi ligula, vestibulum sodales, mattis ut, pellentesque eget, quam. Nullam congue eros quis neque. Vivamus id tortor. Fusce mi purus, facilisis vitae, tempor sed, ornare nec, nisl. Fusce eget tellus. Quisque sit amet lacus ut purus ultricies commodo. Vestibulum pulvinar massa ac nisl.

Aenean lacinia elit vitae felis. Cras consequat, lacus et cursus auctor, elit magna facilisis ipsum, id sodales nisi enim a odio. Ut velit. Sed elementum arcu ut mi. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Donec pharetra erat. Fusce molestie nibh a dui.

159. Görüntü: Farklı bir paragrafa geçildiğinin iki farklı gösterim biçimi: Üstteki biçim paragrafın ilk satırının içe girinti biçiminde, alttaki ise ilk satırının asılı diğer tüm satırların içeriye girinti biçiminde gösterilmesidir.

4.4.5 Kanava (Grid)

Sayfadaki tasarım elemanlarının yerleştirilmesinde ve sürekliliğin sağlanmasında “kanava (grid)” adı verilen yapıdan yararlanılmaktadır. “Sözcük anlamı olarak hat, izlek, ızgara olarak bilinen kanava, sayfa tasarımında kullanılacak elemanların düzenlenmesine yardımcı yatay ve dikey çizgilerden oluşan bir sistemdir.” (Uçar, 2004, s.147). Yayımlanan dergide gözle görülmeyen kanava, sütun yapılarının, sütunlar arası boşlukların, iç-dış-alt-üst kenar boşluklarının hesaplanarak belirlendiği kutucuklardan oluşmaktadır. Bu sistemin en belirgin faydaları; açıklık, süreklilik ve verimlilik. Okurun sayfadaki elemanların yerlerini her defasında aramadan kolayca bulabildiği, açık ve net bir düzen sağlamaktır. Zaman içinde değişecek tasarımcılara karşı, derginin sayfa tasarım kimliğinde devamlılık sağlamaktadır. Önceden doğru oluşturulmuş kanava

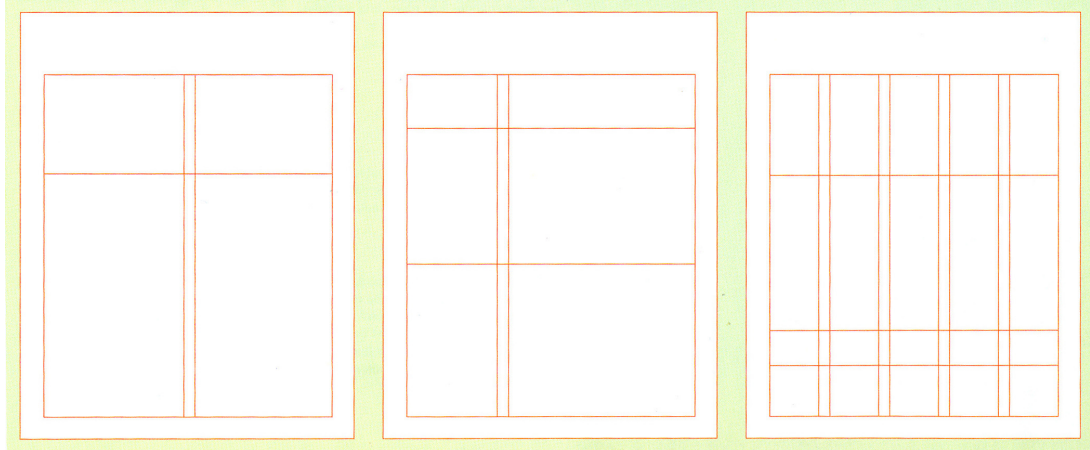
sayesinde, tasarımcı kısa sürede, çok sayıdaki tasarım elemanının yerleştirilmesinde daha verimli olmaktadır (Bkz. 160. Görüntü).



160. Görüntü: ABN Ambro sayfasının kanava yapısı görüntüsü.

Paul Rand, iyi bir grid üzerinde kötü ve statik tasarımlar oluşturulabileceği gibi, basit bir grid üzerinden de dinamik ve ilginç tasarımlar yapılabilir diyerek bu sistem üzerinde farklılık yaratacak kişinin tasarımcı olduğunun altını çizmektedir (Uçar, 2004, 152).

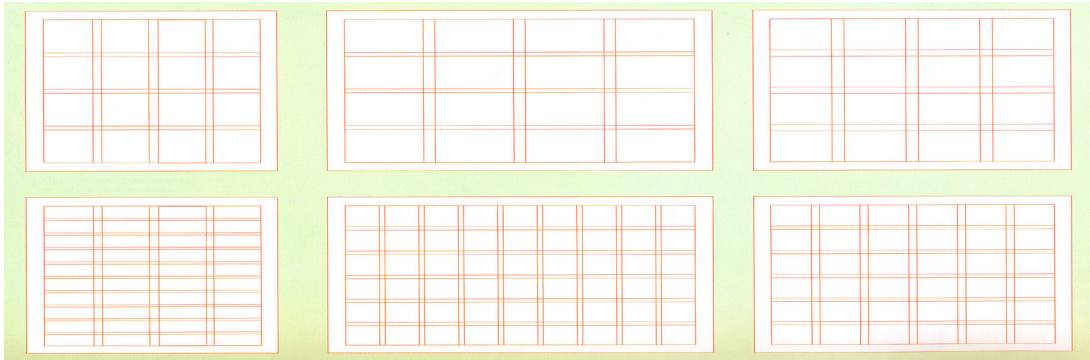
Kanava sütun yapısında (column grid) ve birimsel (modular grid) yapıda olmak üzere iki temel biçimde kullanılmaktadır. Sütun yapısındaki kanava, esnek bir kullanıma sahiptir (Bkz. 161. Görüntü). Sütun genişlikleri, derginin boyutuna, kullanılacak metnin bölümlenmesine göre değişebilmektedir.



161. Görüntü: Sütun yapısındaki kanava görüntüsü.

Tasarımcılar genellikle sayfa kenar boşluklarını, sütun arası boşluğun 2 katı olacak şekilde belirlemektedirler. Bu boşlukların belirlenmesinde tasarımcı özgürdür fakat büyük bırakılan kenar boşlukları okurun gözünü içe yönlterek merkeze odaklama amacını taşımaktadır (Samara, 2004, s.70).

Birimsel yapıdaki kanava ise, sütun yapısını yatay çizgilerle bölerek birimi alanlara ayırmasıdır (Bkz. 162. Görüntü). Bu çeşit kanavada, etkin yapı küçük alanların boyutlarıdır. Boyutlar küçülüp alanlar çoğaldıkça karmaşık bir yapıya bürünse de, bu sayede esnek tasarımlara olanak vermektedir.



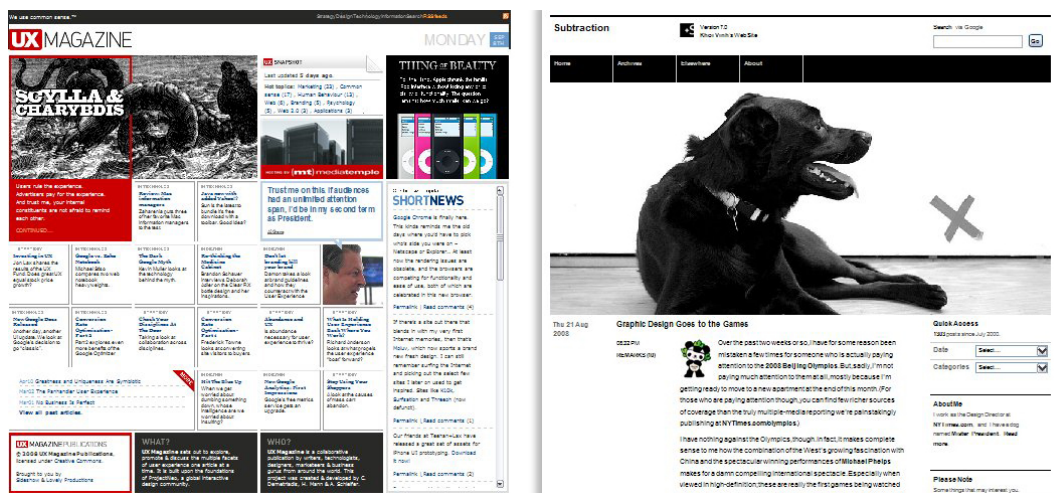
162. Görüntü: Birimsel yapıdaki kanava görüntüsü.

Basılı dergilerin bazılarında bu sistemde kullanılan metinler ve görseller kullanım biçimlerinden dolayı daha esnek olabilmektedir. Leica World dergisinde (Bkz. 163. Görüntü) metinlerin kısa veya uzun olmasına bağlı olarak karşılıklı sayfaların bir arada tasarlanma fikri değişkenlik gösterebilmektedir.



163. Görüntü: Alman *Leica World* dergisinin 2000 (sol üst), 1998 (sol alt), 1997 (sağ üst), 1998 (sağ alt), yıllarına ait sayfa tasarımlarında kanava biçimleri (Moser, 2007, s.19).

Elektronik dergilerde ise temelde belli bir sistem yapısında olsalar da özellikleri ve üretildikleri programlara bağlı olarak farklılıklar gösterebilmektedir (Bkz. 164. Görüntü).



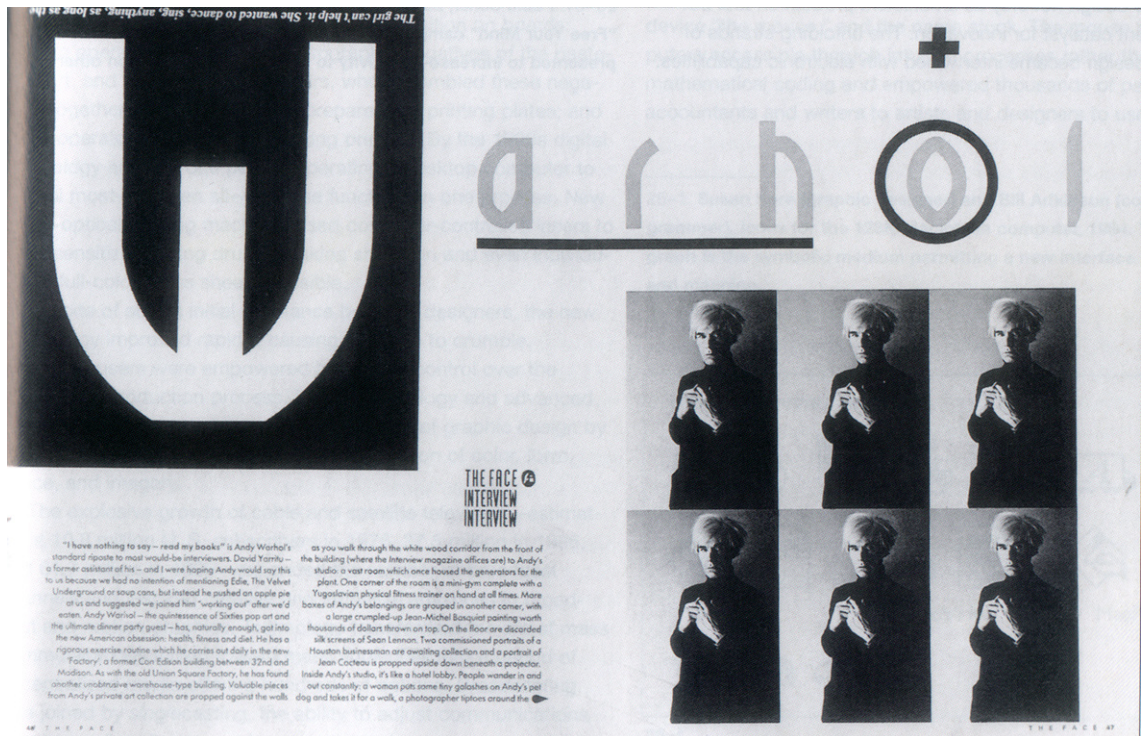
164. Görüntü: *Ux Magazine* (<http://www.uxmag.com>) ve *Subtraction Magazine* (<http://www.subtraction.com>) kanava yapıları

...Hazırladığı görsel yapıyı farklı sayfalarda sürdüren tasarımcı, aynı zamanda görsel bir kimlik yaratır. Aynı tasarımcının veya tasarımevinin elinden çıkmış, belirli bir kimliğe sahip grid ve sayfa tasarımı, kurumsal grafik yapının oluşturulmasında veya takibinde sayısız faydalar sağlamaktadır (Uçar, 2004, s.147).

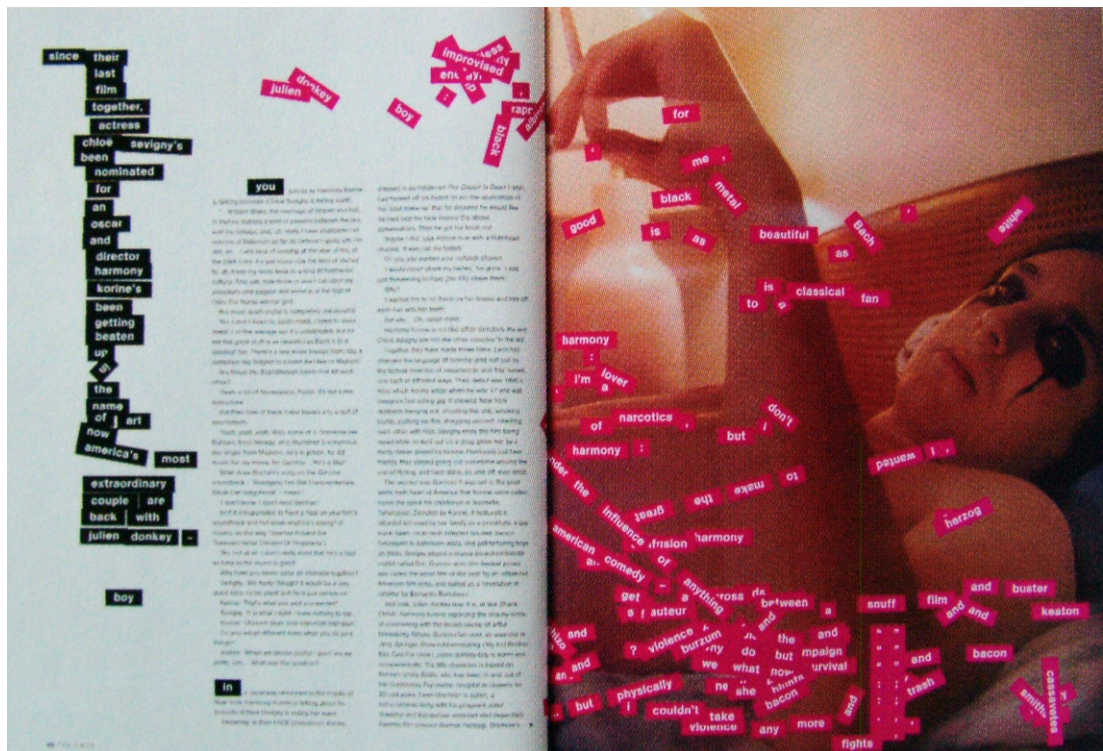
4.4.6 İç Sayfalar

Dergide sayfa tasarımı, okurla ilk yüzyüze gelen kısım olan kapakla başlamaktadır. Ön kapaktaki görseller, logo, başlıklar, barkod, sayı, fiyat gibi bir çok öge, belirli bir tasarım disiplini çerçevesinde yerleştirilmektedir. Logonun nerede olacağı, kapaktaki görüntünün ne boyutta ve nasıl kullanılacağı, içerik hakkında öne çıkan başlıkların kapakta nasıl vurgulanacağı kapak tasarımının önemli sorunlarından. Çalışmanın "4.1.2 *Kapak*" bölümünde de ayrıntılı biçimde anlatılan kapak tasarımı, derginin genel tasarım anlayışını yansıtmaktadır. Kapakta başlayan, iç sayfalarda devam eden tasarım dili, derginin bütün görsel kimliğini oluşturmaktadır.

Sayfadaki her öge, bilgi iletimi ve akışı sağlamanın yanında okurun dikkatini çekmek ve belleğinde iz bırakmak görevlerini de üstlenmektedir. Sayfalar, dergi içinde ya da benzeri başka dergiler arasında görsel anlatım diliyle farklılaşarak hedef kitle ile bir grafik ürün olarak iletişime geçmektedirler. Kendi içinde uyumlu ve dengeli, bütünün parçası olduğu fikrinden uzaklaşmayan, hangi dergiye ait olduğunu hissettiren sayfa tasarımı anlayışı en çok tercih edilen biçimdir. Dergi kimliğini yansıtmadaki geleneksel olan bu duruma zaman zaman karşı çıkışlar da olmaktadır. En bilinen örneği, 1981-1986 yılları arasında Neville Brody'nin tasarladığı "The Face" dergisinde sorgulanmıştır. "Dergiye özel tasarladığı yazı karakterleri, kullandığı grafikler ve tipografik düzenlemeler ile bilinen yaklaşımlardan oldukça farklı tasarım anlayışı benimsemiştir. Örnekte görülen (Bkz. 165. Görüntü) sayfa Andy Warhol'la yapılmış bir röportaj sayfasıdır. "Warhol'un tekrar eden görüntü kullanımına gönderme yaparcasına başlıktaki "W", bir ay önceki Madonna ile aynı dergide yapılan röportajdan alınmış bir başlık parçasıdır. Madonna'nın isminin ilk harfi ters çevrilip Warhol'un baş harfi yerine kullanılmıştır. Ayrıca daire içinde oval form ve artı sembolü Warhol'un cinsel tercihinin gönderme yapmaktadır." (Meggs, 1998, s.453). Aynı derginin 2000 yılındaki bir sayısında metin-görsel ilişkisi, renk kullanımı, sayfa içi farklı tipografik düzenlemeleriyle sıra dışılığını devam ettirmektedir (Bkz. 166. Görüntü).



165. Görüntü: Neville Brody'nin *Andy Warhol* röportajı için tasarladığı dergi sayfası görüntüsü.



166. Görüntü: *The Face* (2000) dergisine ait iç sayfa düzenlemesi (Moser, 2007, s.111)

Basılı ya da elektronik her derginin iç sayfası görsel kimlik farkını yansıtan ve incelenmesi gereken temel bazı noktalara sahiptir. Sayfa numarası, başlık çeşitleri,

içindekiler sayfası gibi dergiye özel kısımlar, tasarımında kullanılan tipografiden renge, işlevinden kullanılabilirliğine kadar çok çeşitli açılardan incelenebilmektedir.

4.4.6.1 İçindekiler

Dergilerde sayfa tasarımı ele alınırken, okura ilk sunulan sayfa olması ve dergi içindeki yön bulma organizasyonunu sağlaması sebebiyle içindekiler bölümü önemli bir yer tutmaktadır. “İçindekiler sayfasının oluşumunda bir çok etmen rol oynamakla birlikte en önemlisi derginin kendine özgü yapısıdır. İşlev her zaman tasarım yapısını belirler.” (Moser, 2007, s.156). Hızla göz atılacak bir dergi ile makalelerinin derinlemesine incelendiği bir dergiye ait içindekiler sayfası, farklı yapılara sahip olmaktadır.

İçindekiler sayfası genellikle metinsel ve resimsel olmak üzere 2 farklı biçimde kurgulanmaktadır. En sık karşılaşılan metinsel kullanım, konu başlığı ve bulunduğu sayfa numarasının karşılıklı yerleştirildiği düzenleme biçimidir. Resimsel gösterim ise, konuya ait bir görüntü detayı veya dokunun konu başlığı yerine kullanıldığı düzenlemedir (Bkz. 170. Görüntü). Görsel olarak oldukça etkili bir biçimdir. Fakat konuyla ilgili ayrıntılı bilgi vermez.

İçindekiler sayfasının en temel görevi konuların hangi sayfada yer aldığına iletimidir. Bu sebeple, sayfa numarası ve başlıklar açıkça seçilmeli, kullanılan görseller, konu başlığı ve sayfa numaraları ile tamamlayıcı olmalıdır. Bu bağlamda özellikle tasarım dergilerinde işlevselliğin ön planda tutulduğu, artistik yaklaşımlardan uzak sayfalar ile karşılaşılmaktadır. Çoğunlukla sayfa numarası, bölüm başlığı ve varsa görsel kullanımı içindekiler sayfalarında en sık kullanılan öğelerdir. *Eye, Communication Arts* dergileri içindekiler sayfalarında (Bkz. 167. Görüntü), makalenin başlığı, sayfa numarası ve yazı hakkında çok kısa bilgilerden oluşan bir içindekiler sayfasına sahipken, *How ve Grafik Tasarım* dergilerinde (Bkz. 168. Görüntü) öne çıkan ana bölümlere ait görsel, kısa bilgi ve sayfa numarası kullanılmaktadır.

eye 64	
2	Editorial (overleaf) By John L. Walters
Typography special	
10	Profile Andrea Tinnas Typface / Interface. Andrea Tinnas makes type families - functional or ornamental - that quickly acquire a life of their own. By Jan Madsenborg
18	Interview Decodetextcode The United Nations of type. Look beyond the confines of the Latin alphabet, then Johannes Berghofer of Decodetextcode. Interview by John L. Walters
22	Profile Rosalie Gascoigne Set the letters free. How an Australian artist turned discarded packaging type into 'stammering concrete poetry'. By Jason Grant
30	Profile Theo Ballmer Sales radical. Whether commercial or political, the work of Theo Ballmer was underpinned with craft, precision and passion. By Richard Hollis
38	Common knowledge Burglar alarm covers. Safe houses. The language of burglar alarm covers reveals a special kind of British grit. By Vici MacDonald
44	Review Helvetica the film Ready for its close-up. After 50 years as a famous face, Helvetica gets to star in its own feature film. By Rachel Aram
46	Critique Monocle magazine Comfortably numb. Tyler Brûlé's high-flying monthly promises to cool, global perspectives, but its attitudes are grounded in the 1980s. By Rick Poyner
48	Picture GTF's Ford Scoutler monograph employs structural and decorative devices dream directly from the product designer's work.
56	Feature BBC Hindi Service. Roadshows and rickshaws. Folk images help BBC World Service promote its 21st-century services to a rural Indian audience. By Steve Hare
60	Overview Website design. An online drill. Five Eye writers take a stroll along the highways and 5177 miles of contemporary cyberspace. By John O'Reilly, Arjan Stegelmans, Brendan Davies, Erik Spiekermann and Anne Burdick
70	Profile Le Gun. Garage band. The hand-made work of this young collective finds expression through parties, installations, a website and a big... By Luke Bennett
81	Uncolored Letters. Noted. (Gorilla), Apodis (Missy medium), Mumble (pater / pater) Review: Books received, Colophon. See featured contents, page 81

January/February 2004 Volume 45, Number 8	
Communication Arts	
features	
40	The 13th Colorado International Invitational Poster Exhibition A sampling of award-winning posters with insightful commentary by the exhibition's honor laureate, Chaz Meyers-Daves. By Rebecca Bestrossian
54	Rosanne Olson A Seattle photographer whose work is informed by place and poetry. By Anne Telford
64	Masaaki Hironuma This Tokyo sign designer is freeing the Japanese through his innovative approach. By Maggie Kinner Holte
72	DeVito/Verdi A New York agency that puts truth in advertising to the test. By Warren Berger
82	Dan Craig A Minneapolis illustrator who blends the traditional and fantastic to great effect. By Karen Sottosanti
92	Color Predictions Pink and green and red all over—takes from New York's Fashion Week. By Anne Telford
96	Pioneers Robert Miles Runyan, the creator of the modern annual report. By Jean A. Coyne
100	Exhibit The latest and brightest work from here and abroad. By Jean A. Coyne

167. Görüntü: Eye ve Communication Arts dergileri içindekiler sayfasına ait görüntüler.

58	Progressive Thinking What a difference a space makes. When the creative team at Progressive Insurance overhauled their work environment, things went from drab to fab. Their success story is a model for in-house spaces everywhere. By Jenny Wolfarth
66	Goto Girl A well-described workaholic, interactive-design genius Kelly Goto left the rat race to set up her own shop. Find out why Goto's well-crafted balance of work and life may revolutionize the design profession. By Stacy King Gordon
74	Partner Projects You know Coudal.com, the engaging and slightly offbeat blog where design, pop culture, music, cool products and indie filmmaking intersect. Now meet the engaging and slightly oddball folks at Coudal Partners. No, they really do have day jobs. By Darin Painter
82	Public Knowledge It's a team, hallelujah and ready for the big time. See how Cable Goldman, the 30-year-old principal of Seattle's General Public, is giving old-school firms a run for their money. By Jason Teitelis
90	Bring Me Flowers Want to make your clients LOVE you? Follow our expert's 10-step plan for winning your customer's hearts. By Pat Matson Knapp
96	Salary Snapshot The blooming economy means more jobs for designers. Find out how to get ahead now. By HOW and The Creative Group
101	A Perfect Engagement The 10 winners of HOW's second annual Perfect 10 Design Awards have it all: great design, gorgeous production—and a knack for connecting with their audience. By Tiffany Meyers
50	MODern Education He seems to have it all: enviable design talent, a killer client roster, a thriving practice. But that still doesn't satisfy Michael Osborne's thirst for creative knowledge. Learn what he's doing about it. By Jenny Sullivan

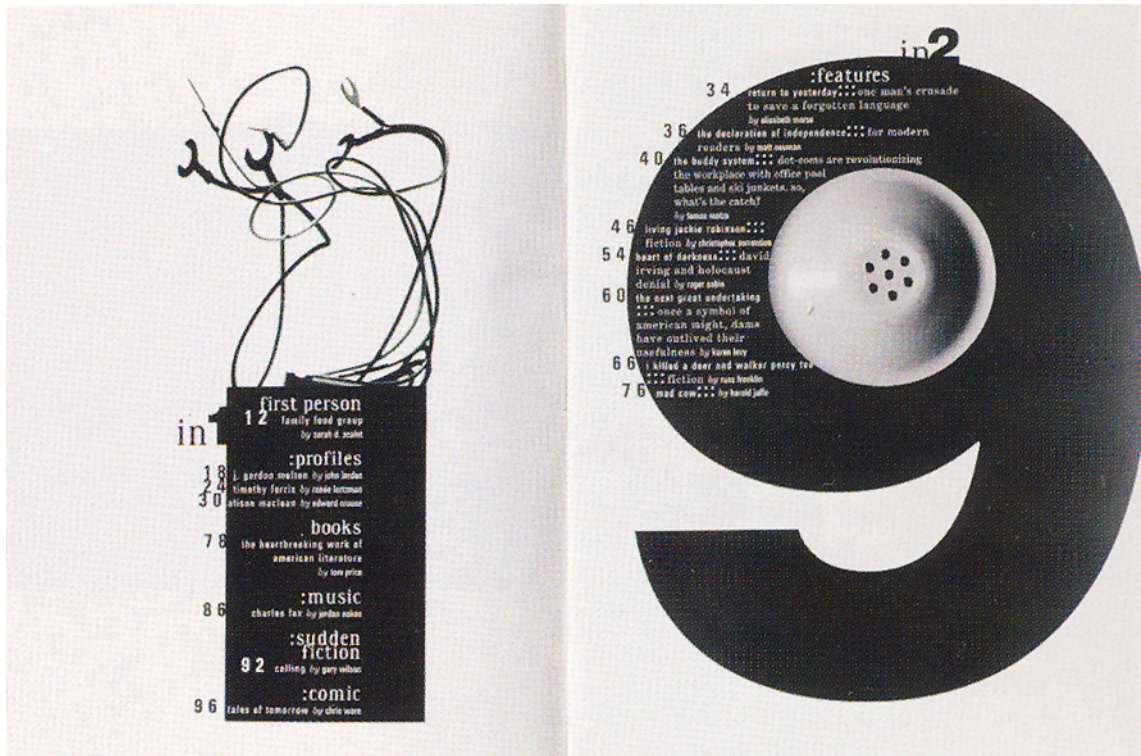
Nisan 2008 / içindekiler	
06	Haberler Sergi, yarışma, seminer, etkinlik... SİNAN NİYAZOĞLU, CÖNEM DEMİR, ÖMER DURMAZ, SABRİ VAROL
20	Doğuyu Tüketmek sergisi üzerine "Edhem Eldem" ile söyleşi Osmanlı Bankası Müzesi 15 Kasım - 2 Mart tarihleri arasında önemli bir sergiye ev sahipliği yaptı. "Doğuyu Tüketmek" adını taşıyan sergi banda üretilen çok sayıda doğu sanatini izleyicisi sundu. AYDAN ÇELİK
38	Grafik tasarım eğitiminde 80 yıl. MSCSÜ grafik tasarım bölümü ve UESYO YURDAR ALTINTAŞ
40	Abdullah Taççı ile söyleşi Gerçekleştirdiği sayısız albüm, kitap-dergi kapak, kurum kimliği, amblem, logotype tasarımlarıyla "profesyonel yapayımı" ve sistematik yaparsak-başladığı "güçlü ve kaliteli" hedeflerini başarabildiği gibi, çizimlerin sürdürülebilirliğinin garantisini olan "grafik tasarım eğitimi" işini de çok ciddiye alıyor. ANKA AYKAN
50	Sayısal font tasarımında esin kaynakları ve Atatürk'ün eserlerinde kullandığı elyazısından hareketle oluşturulan bir sayısal font projesi ÖNEM KEMAL SARINLIKURU
GRAFİK TASARIM	
BAŞYAZAR KADRI / GENEL YÜRÜTÜCÜSÜ Sakir Kocak	YAYIN KURULU Esin Başar Prof. Dr. İsmail Hakkı Prof. Dr. Zeynep Prof. Dr. Mustafa Kemal Prof. Dr. Arslan Prof. Dr. İsmail Hakkı Prof. Dr. İsmail Hakkı Prof. Dr. İsmail Hakkı Prof. Dr. İsmail Hakkı
BAŞYAZAR KADRI / GENEL YÜRÜTÜCÜSÜ Sakir Kocak	GENEL YÜRÜTÜCÜ Ömer Öner
BAŞYAZAR KADRI / GENEL YÜRÜTÜCÜSÜ Sakir Kocak	EDİTÖR Kadir Çelebi, Ömer Öner, Mustafa Kemal Sarınlıkuru
BAŞYAZAR KADRI / GENEL YÜRÜTÜCÜSÜ Sakir Kocak	YAYIN KURULU Kadir Çelebi, Ömer Öner, Mustafa Kemal Sarınlıkuru

168. Görüntü: How ve Grafik Tasarım dergilerinin içindekiler sayfası görüntüleri.

İçindekiler, konu başlıkları-sayfa eşleşmelerinin tek ya da karşılıklı sayfalarda tasarlandığı liste biçimindeki sayfalardır. İçindekiler sayfası tasarımda deneysel

yaklaşımların sınırlı olduğu bir bölümdür. Başlık ve sayfa numarası gibi iki farklı tür bilginin gözün kolayca algılayabileceği biçimde yerleştirilme kaygısı tasarıma belli sınırlılıklar getirmektedir. Buna karşın çok yaratıcı biçimlerde tasarlanmış içindekiler sayfalarıyla da karşılaşılmaktadır.

Örneğin Amerikan *Speak* dergisinin 2000 yılına ait sayısında (Bkz. 169. Görüntü); 9 sayısı etrafına sarmalanmış başlık ve sayfa numaraları görülmektedir. Konu başlıkları arasındaki satır boşluğunun aynı kullanılması, bölüm başlığı ve alt bilgiler arasındaki büyüklük farkının çok az olması gibi sebeplerle kelimeler zor algılanmaktadır. Ayrıca metinlerin sağa bloklanmış biçimde yerleştirilmesine karşın sayfa numaralarının sol başta kullanımı başlık-sayfa numarası eşleştirmesini zorlaştırmaktadır.



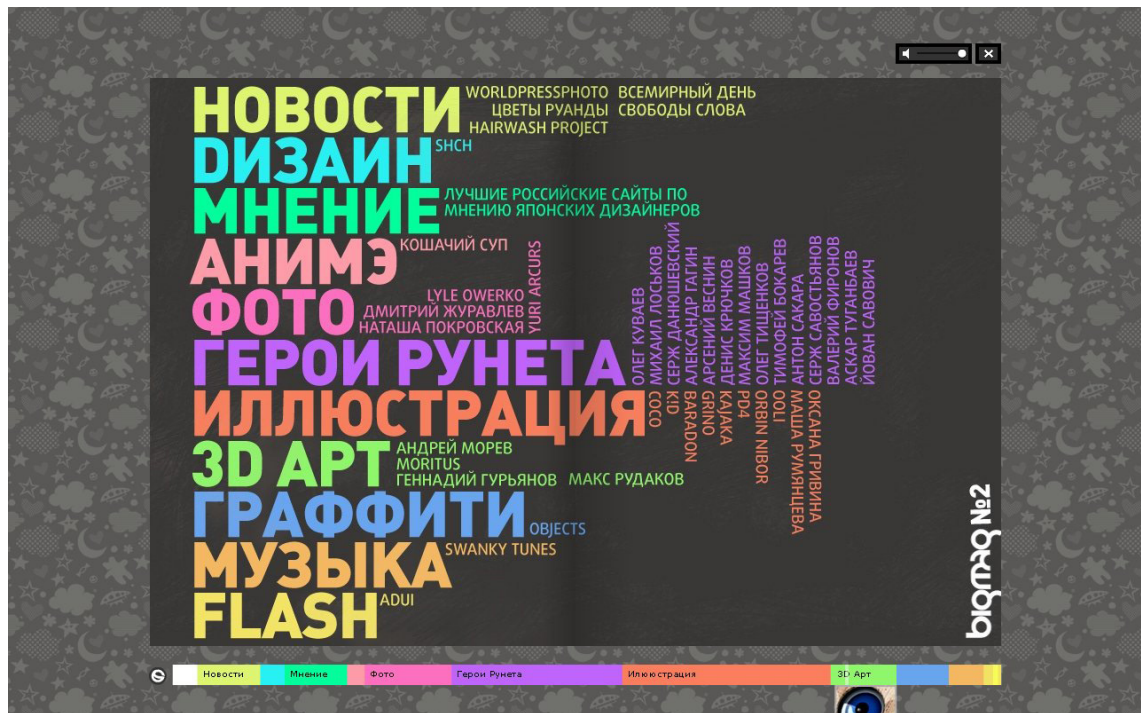
169. Görüntü: *Speak* (2000) dergisine ait içindekiler sayfasının düzenleme görüntüsü (Moser, 2007, s.157).

Örneğin İngiliz *Tank* dergisi resimsel biçimde tasarlanan bir "içindekiler" sayfasına sahiptir (Bkz. 170. Görüntü). Hiç metin kullanılmadan, sayfaların küçük önizleme görüntülerine üç boyutlu hissi verilerek tasarlanan sayfada, konu başlıklarını algılamak zor, okurlar açısından dergi içinde yön bulabilmek imkansız hale gelmiştir.



170. Görüntü: *Tank* (2001) dergisi içindekiler sayfasına ait görüntü (Moser, 2007, s.157).

Basılı dergilerden farklı olarak elektronik tasarım dergilerinde etkileşim özellikleri ile farklı tasarımlara sahip “içindekiler” sayfaları tasarlanabilmektedir. Özellikle renk değişimleri ve hareketli görsel kullanımı e-dergilerde çok fazla tercih edilen bir yöntemdir. Flash programında hazırlanan *BigMag* e-dergisinde, konu başlıkları renklerle ayrılarak, makale başlıkları ilgili konu başlığıyla birlikte ve aynı renkte düzenlenmektedir (Bkz. 171. Görüntü). Sayfanın alt kenarında bulunan renkli bar, üzerine gelince etkileşime geçerek dergi boyunca açılmaktadır. Açılan bu menüde aynı renk ilişkisi bölümleri ifade etmekte kullanılmaktadır. Kullanıcı renklerin üzerine yaklaştığında konuya ait ön izleme görüntüleri belirlemektedir. Böylece “içindekiler” kısmı, hem yazılı hem renkli hem de görsel öğelerle okura başarıyla sunulmaktadır. *Into the Storm* dergisinde ise görüntü ve yazı içindekiler sayfasında bir arada kullanılmaktadır. Etkileşime girilmediğinde görüntülerin yerinde kutu içinde çarpı belirlemekte, metinlerdeki yazı rengi tek ton gri olmaktadır. Kullanıcı, faresiyle görüntü ya da metnin üzerine yaklaştığında kutuların içerisinde görüntü ortaya çıkarak, yazılar siyah renk ile vurgulanmaktadır (Bkz. 172. Görüntü).

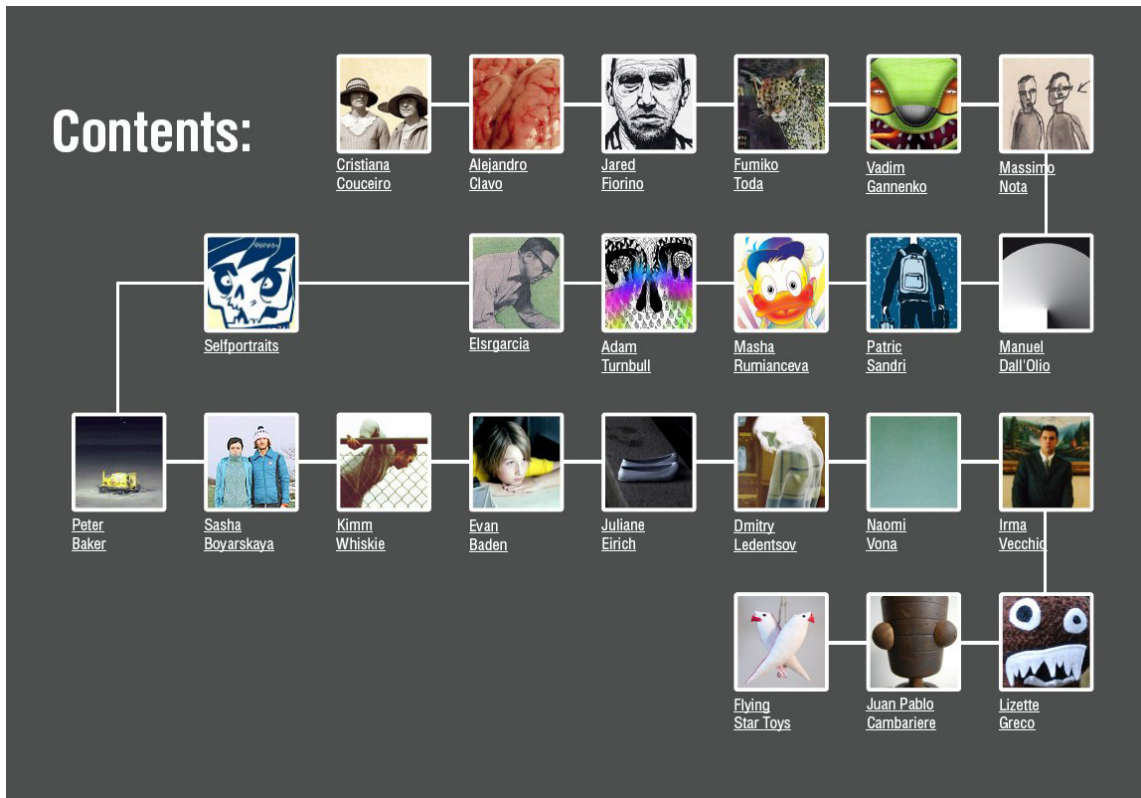


171. Görüntü: *BigMag* e-dergisine ait içindekiler sayfası görüntüsü (<http://www.bigmag.net>).

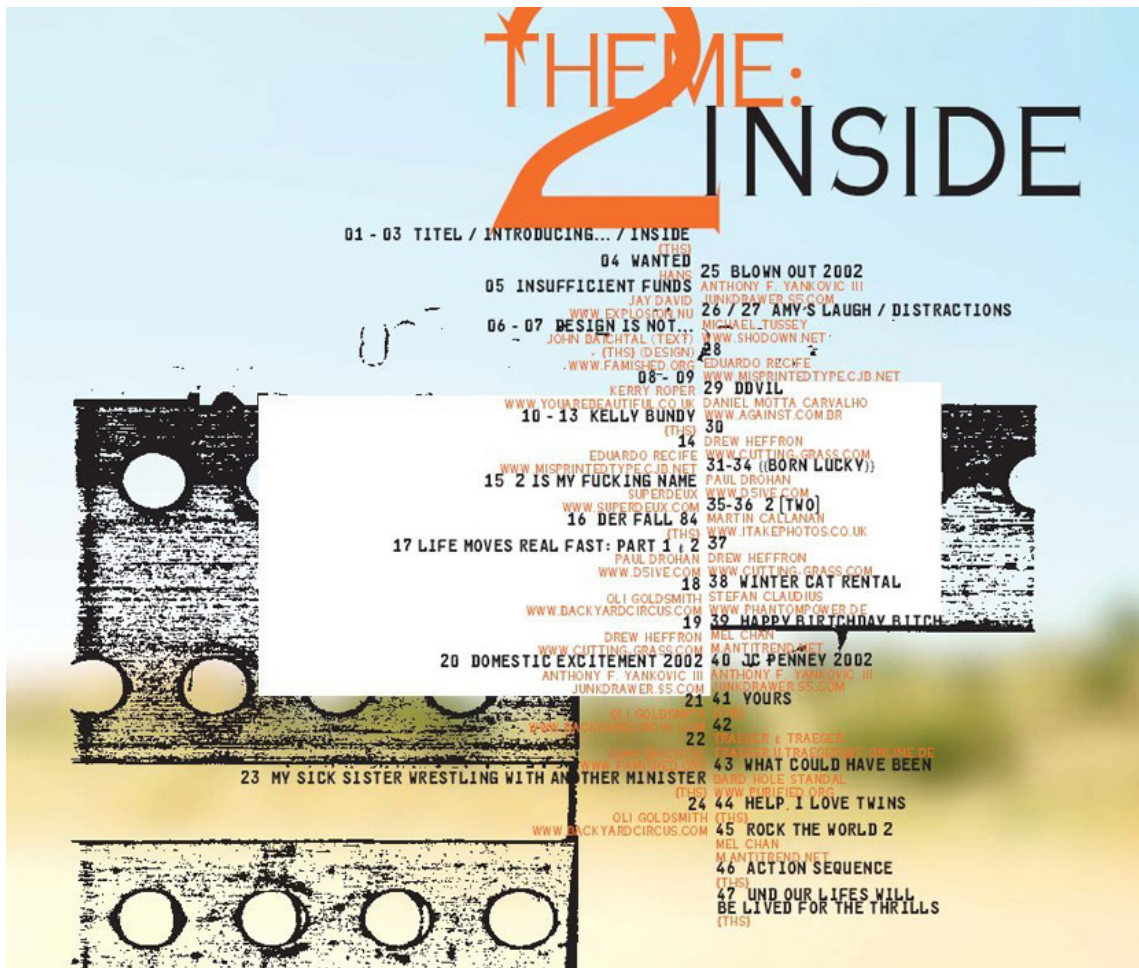


172. Görüntü: *Into the storm* e-dergisine ait içindekiler sayfası görüntüsü (www.intothestorm.com).

PDF olarak tasarlanan e-dergiler ise çok temel etkileşim özelliklerine sahiptir. Sayfa numarası ve yönlenecek sayfa arasında kurulacak bağlantı dışında hareketli menüler, değişen görüntüler çoğunlukla kullanılmamaktadır. Bu tip dergilerde etkili tasarım anlayışları kullanılan görsel öğelerin düzenleme biçimi ve tipografide yaratılacak farklılıklarla sağlanmaktadır. Örnekte sayfa numarası ve konu başlığı içermeyen *Moloko* dergisi'nin "içindekiler" sayfası görülmektedir (Bkz. 173. Görüntü). Bir şema biçiminde tasarlanan sistemde, kullanıcı görsellerin üzerine tıklayarak ilgili sayfaya yönlendirilmekte, sanatçı/tasarımcıya ait çalışmaları inceleyebilmektedir. İçindekiler sayfasında hiç bir etkileşim özelliği içermeyen *Beast* (Bkz. 174. Görüntü) gibi bazı PDF e-dergiler ise kullandıkları tipografik kontrastlıklar ile bu sayfalara hareket getirmeye çalışmaktadır.



173. Görüntü: *Moloko* e-dergisine ait içindekiler sayfası görüntüsü (<http://www.molokoplus-mag.com>).



174. Görüntü: *Beast* e-dergisine ait içindekiler sayfası görüntüsü (<http://www.ths.nu/beast/>).

Bazı basılı dergilerde, dergiye ait künye bilgilerini içeren “tanıtım yazısı (credits)” sayfası içindekiler sayfasından hemen sonra ya da aynı sayfada yer alabilmektedir. Derginin açık adı, fiyatı, erişim bilgileri, sahibi, editör ekibi, tasarım ve üretiminde görevli kişilerin adlarının bulunduğu bu kısım, bazı dergilerde reklam alanının yanına sıkıştırılan bir sütun genişliğindeki bir metin biçiminde de olabilmektedir (Bkz. 175. Görüntü). E-dergilerde ise basılı dergilerde kullanıldığı biçimde olabileceği gibi tüm derginin sonunda ayrı bir sayfa biçiminde de yer alabilmektedir.



175. Görüntü: *Communication Arts* e-dergisinde bir sütun biçiminde, *Eye* dergisinde ise kapak görseli ile beraber tüm bir sayfa olarak tasarlanan tanıtım yazısı (credits) sayfasına ait görüntüler.

4.4.6.2 Sayfa Numarası

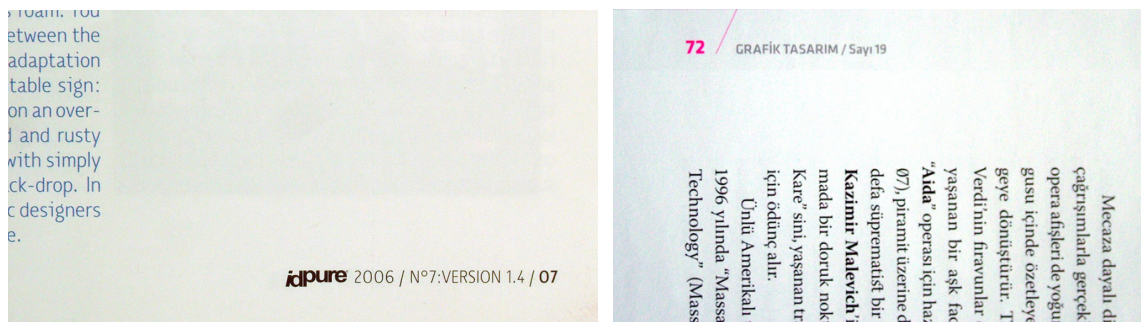
Sayfa numarası her derginin en işlevsel elemanıdır denebilir. Okurun sayfalar arası gezinimine yardımcı olması görevindeki sayfa numarası, sayfada kolayca algılanabilir biçimde yerleştirilmeli, rahatlıkla okunabilir olmalıdır. Sayfadaki konumu veya görünüşü ile sayfadaki diğer öğelerden belirgin biçimde ayrılmalıdır. Bu ayrımlarda çeşitli yöntemlere başvurulabilmektedir. Sayfa tasarımında, sayfa numarasına uygulanacak tipografik farklılıklar, boşluk, renk, çizgi, gölge kullanımları, belli geometrik formların içine veya çeşitli grafikler ile beraber yerleştirilmesi bu yöntemlerden bir kaçıdır (Bkz. 176. Görüntü).



176. Görüntü: *Surface* (2001), *Ish* (1999), *Rails* (2001) dergilerine ait farklı sayfa numaralandırma örnekleri (Moser, 2007, s.122).

Sayfa numarası tasarlanış biçimi ve etrafında sahip olduğu boşluk ile okur tarafından her yeni sayfada -aramadan- kolayca bulunabilmelidir. Bu sebeplerle bir çok basılı yayında sayfa numarasının en sık kullanıldığı yer, sayfanın alt veya üst dış kenarıdır. Bazı dergilerde kullanım zorluğuna sebep olmasına karşın, sayfa numaraları sayfaların iç kısımlarına da yerleştirilmektedir. Çoğunlukla tek başına kullanılan sayfa numaralarının derginin adı veya bölüm başlığı ile birlikte kullanıldığı örneklere de rastlanmaktadır (Bkz. 177. Görüntü).

... Sayfa numarası kullanımında gerçekten akıl karıştırıcı olan, karşılıklı sayfa numaralarının yan yana tek sayfada gösterimidir. Tekerleğin yeniden icadına gerek yoktur. Deneysel tasarım bahanesiyle yapılmış olsa da sayfa numaralandırma kurgusunu bu şekilde göstermek kullanıcı açısından karışık, derginin kimliği açısından basit bir yöntemdir... (Moser, 2007, s.120).



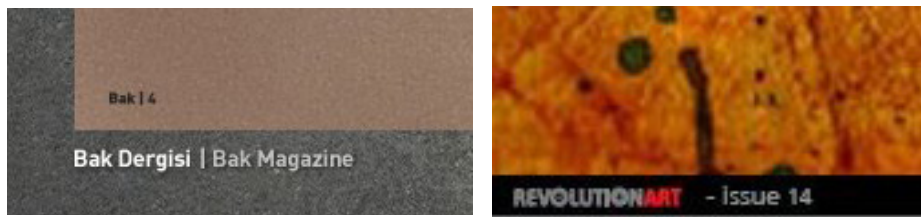
177. Görüntü: *IDPure* ve *Grafik Tasarım* dergilerine ait sayfa numaralandırma görüntüleri.

Çoğunlukla ilk sayfadan son sayfaya kadar büyüklüğü, konumu değişmeyen sayfa numaraları bazı dergilerde işlevin yanı sıra görsel etki amacıyla da farklı tasarım biçimlerinde sayfaya yerleştirilmektedir. *Arude* dergisi örneğinde (Bkz. 178. Görüntü) karşılıklı iki sayfanın dış kenarlarına yerleştirilen numaralar, sayfadaki metne göre kullanıldığı biçem ve büyüklük ile öne çıkmaktadır. Sol sayfa numarasının biçimsel olarak sağ sayfada devam etmesi beklenirken, sağ sayfa numarasının farklı bir tipografik düzenleme biçiminde kullanımı okuru şaşırtmaktadır.



178. Görüntü: Sıradan sayfa numaralarından oldukça farklı biçimde tasarlanan *Arude* (1999) dergisine ait sayfa numaralandırma gösterimi (Moser, 2007, s. 121).

Elektronik dergilerde ise, sistemli oluşturulmuş “içindekiler” sayfasına sahip olanlarda, yönlendirme işlevinin düzgün olabilmesi için sayfa numaraları da dikkatle tasarlanmaktadır. E-dergilerde sayfa numaraları en yaygın biçimde, altta dış köşelere yakın ve çok küçük puntolarda kullanılmaktadır. Bazı dergiler de derginin adı ve/veya konu başlığı da sayfa numarasıyla birlikte yer alabilmektedir (Bkz. 179. Görüntü). Yalnız çalışmalarından oluşan portfolyo niteliğindeki bir çok dergi ise sayfa numarası kullanmamaktadır. Bu tip dergilerde okurun hangi sayfada olduğunu, kaç sayfa sonra derginin biteceğini bilmemesi zaman zaman kullanılabilirlik açısından sıkıntı verebilmektedir.

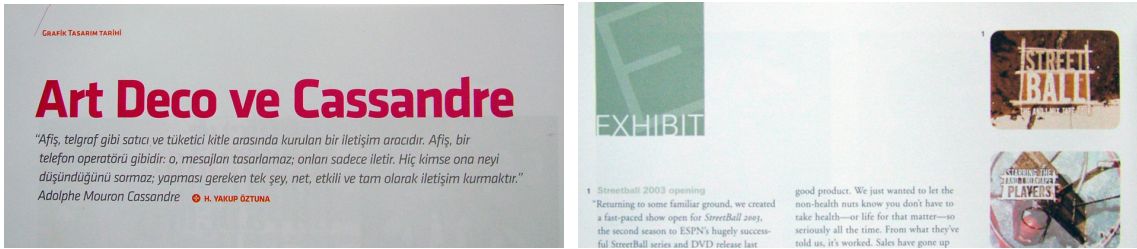


179. Görüntü: *Bak* ve *Revolution Art* e-dergilerinde kullanılan sayfa numaralandırma görüntüleri.

4.4.6.3 Başlık Çeşitleri

Sayfa numarasından sonra dergi sayfasındaki ikinci önemli öge başlıktır. Başlıklar görevlerine göre; bölüm başlığı, ana başlık, ara başlık gibi çeşitlere ayrılmaktadır. En genel kapsamlı başlık olan bölüm başlıkları, okurun takip ettiği yazının dergi içinde hangi bölüme ait olduğunu göstermektedir. Çoğunlukla sayfa üst köşesinde bulunan

bölüm başlığı, renk veya görsel elemanlarla birlikte kullanılarak diğer öğelerden ayrılmaktadır (Bkz. 180. Görüntü).



180. Görüntü: *Grafik Tasarım* dergisi ve *Communication Arts* dergisinde bölüm başlık kullanımına ait örnek görüntüler.

Dergideki bölüme ait, özel bir konuda yazılmış makalenin ismi olan, içeriğini okura aktaran, sözcük veya sözcük grubundan oluşan başlıklar ise “ana başlık, manşet (headline)” olarak tanımlanmaktadır. Ana metinden ayrılarak belirgin şekilde öne çıkması gereken ana başlıklarda, boşluk, punto, yazı biçemi, çizgi, doku, renk gibi tasarım öğeleriyle vurgulanabilmektedir. Örneğin Amerikan *Harper's Bazaar* dergisindeki (Bkz. 181. Görüntü) mimarlıkla ilgili bir makalenin manşeti, mimari çizim dokusu üzerine yerleştirilerek dikkat çekici bir biçimde sunulmuştur.



181. Görüntü: *Harper's Bazaar* (1992) dergisi sayfasında mimari çizim dokusu üzerinde yerleştirilmiş manşet görüntüsü (Moser,2007, s. 108).

Ana başlıktan sonra ikincil öncelikli görevi bulunan alt başlıklar, her yazıda bulunması gereken bir başlık türü değildir. Konu içerisinde değişen alt bölümleri okura göstermek ve bu bölümleri ayırmak için kullanılmaktadır. Hiyerarşik olarak metinden daha öne çıkmalı fakat ana başlığın önüne geçmeyecek biçimde vurgulanmalıdır. Alt başlıkların vurgulanma biçimi, ana başlıklarda da kullanılan tasarım öğeleriyle sağlanmaktadır.

Communication Arts dergisinde (Bkz. 182. Görüntü) sanal müze konulu bir yazının *Visiting the Vistual Museum* olan başlığında vurgulanmak istenen sanal müze (*virtual museum*) sözcükleri kullanılan renk, biçem, büyüklük farklılığıyla ana metin ve diğer öğelerden belirgin bir biçimde öne çıkmaktadır. Alt başlıklar için seçilen rengin çok açık olması, ana metnin gerisinde kalmasına neden olmaktadır.



182. Görüntü: *Spex* (2002) dergisi sayfasında manşet kullanımına ait görüntü (Moser, 2007, s. 109).

Bir çok basılı dergide başlığın ya da manşetin hemen altında kısa, bir paragraflık metinler bulunmaktadır (Bkz. 183. Görüntü). *Standfirst* olarak adlandırılan bu kısım, İngiliz Yayıncılar Birliği Sözlüğünde, "makale hakkındaki özet bilginin, ana metinden daha iri ölçüde, zaman zaman büyük harflerle bir kaç satırda anlatılmış biçimi" olarak tanımlanmaktadır (Journalism Glossary). Tanımından da anlaşılacağı gibi görevi; makale hakkında ön bilgi veren, okurun yazının devamını okumasına ya da okumamasına karar vermesine yardımcı olmasıdır. Çoğu zaman başlıktan farklı bir yazı karakteri ve yatık biçemlerde kullanımı yaygındır; geniş satır aralıkları ve tırnak içerisinde gösterimi ile öne çıkmaktadır.



183. Görüntü: *Print* dergisi sayfasında, pembe renkli başlığın hemen altına yerleştirilen ön bilgi paragrafına (*standfirst*) ait örnek görüntü.

Elektronik dergilerde bölüm başlığı, ana başlık, alt başlık, ön bilgi paragrafı (*standfirst*) kullanımları ve metin vurgulama biçimleri basılı dergilerle benzeşmektedir. En çok kullanılan vurgulama yöntemleri yazı karakteri ve biçimindeki farklılıklar ve renk değişimleridir. Örnekte (Bkz. 184. Görüntü), ön bilgi paragrafı için kullanılan karakter, başlıktan farklı, ana metin puntosundan daha büyük ve büyük harfler ile belirtilmiştir. Görüntüdeki örnekte (Bkz. 185. Görüntü) ise; bölüm başlığı, beyaz bir bant içerisine alınarak öne çıkarılmış, metinlerde kullanılan tırnaksız, ince yapıdaki yazı karakteriyle kontrast oluşturacak biçimde, başlıklar için daktilo etkisindeki yazı karakteri seçilmiştir.



184. Görüntü: *Moloko+* dergisine ait sayfada ön bilgi paragrafı kullanım biçimine ait görüntü.



185. Görüntü: *Print* dergisi iç sayfasında vurgu paragrafının kullanımına ait görüntü.

4.5 RENK

Işığın değişik dalga boylarının gözün retinasına ulaşması ile ortaya çıkan algılama renk olarak adlandırılmaktadır (Uzun Ömürlü Işık, 2006). Dergi tasarımında tipografi, görsel düzenleme kadar tasarımın belirleyici ögesi renk de önemlidir. Renk, görsel kimliğin önemli bir ögesidir. Renklerin fiziksel ve psikolojik etkileri onları kendi başına mesaj veren, iletişimde etkin rol oynayan bir yapıya dönüştürmektedir. Renk bilimi alanındaki araştırmalar, rengin insanlar üzerinde bıraktığı etkilere göre farklı değerlere (Bkz. 186. Görüntü) sahip olduğunu göstermektedir (Regenthal, 1992, s157).

Renkler	Duyusal Etkiler
Kırmızı (kanın, hareketin ve heyecanın rengi)	-güçlü, teşvik edici, tahrik edici, meydan okuyucu -aktif, enerjik, azimetli, güçlü -uyarıcı, koruyucu, savunucu
Turuncu (şenliğin, heyecanın rengi)	-heyecanlı, teşvik edici -neşeli, mutlu
Sarı (güneşin rengi)	-heyecanlı, teşvik edici, tahrik edici -neşeli, mutlu -hoş, güzel
Yeşil (Doğanın, dinlenmenin rengi)	-dinlendirici, sakinleştirici, ara bulucu, dengeleyici, sakin -rahat
Mavi (Gökyüzü rengi)	-rahatlatıcı, sakinleştirici, dengeleyici -şerefli, gösterişli -melankolik, mutsuz
Vişne Çürüğü (Violet) (Şerefın rengi)	-heyecanlı, teşvik edici, tahrik edici -neşeli, mutlu -hoş, güzel
Kahverengi (Toprağın rengi)	-güvenli, emniyetli -rahat -melankolik

186. Görüntü: Renkler ve duygusal etkilerini gösteren tablo görüntüsü (Regenthal, 1992, s157)

Renklerin tasarımıdaki etkilerini sıralamak gerekirse; fark edilme ve tanınmasını sağlaması, kullanıldığı yere göre okunaklılığı arttırması veya azaltması, ürüne kimlik kazandırarak, tanınırlığını arttırması olarak sıralanabilmektedir (Teker, 2003, s.81).

Özellikle kurumsal kimlik tasarımında etkin olan renklerin duygusal etkileri dergi tasarımında da önemli rol oynamaktadır. Renklerin tek başına olduğu kadar, birden fazla rengin bir arada nasıl kullanılacağı, okurda nasıl etkiler bırakacağı dikkatle hesaplanmalıdır. Çevreci bir derginin kapağında ağırlıklı olarak yeşil rengin kullanılması, haber ve aktüalite içerikli dergilerde dikkat çekicilik ve dinamizmi yansıtmayı amacıyla kırmızının tercih edilmesi, renklerin kişiler üzerindeki etkilerinin bir sonucu denilebilir.

Dergilerde rengin etkin olduğu logo ve kapak tasarımlarında, rengin logoya ve bilinirliğine etkisi nedeniyle zaman zaman örnek de alınmışlardır. Örneğin, 1954 yılında *American Life* dergisinin bir imzası haline gelen kırmızı kutu içerisindeki dergi adında beyaz renk kullanımı, 1958'de Fransız *Match*, 1966'da Türk *Hayat* dergisinde de tekrar edilmiştir (Bkz. 187. Görüntü).



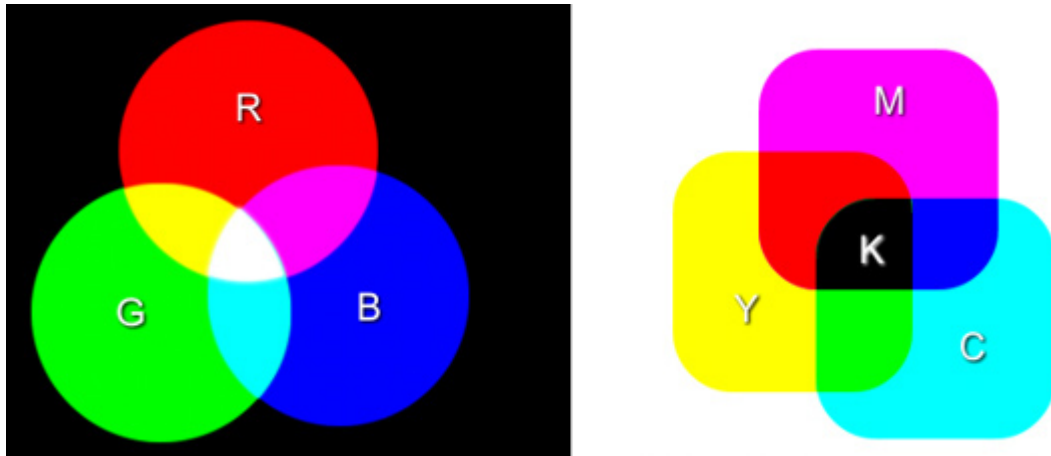
187. Görüntü: *American Life* (1954) dergisinin logo tasarım anlayışı, *Match* (1954) ve *Hayat* (1966) dergilerinde de benzer biçimde kullanılmıştır (Regenthal, 1992, s157).

Renkleri bölümlendirmek için kullanılan teknik ölçünlere “renk modelleri” denilmektedir. Yayımcılık dünyasında yaygın olarak kullanılan iki tür renk modeli RGB ve CMYK’dır (Bkz. 188. Görüntü). Bilgisayar ekranı gibi elektronik cihazların ışık kullanarak renk yaratmasını sağlayan model RGB’dir. Kırmızı (**R**ed), Yeşil (**G**reen), Mavi (**B**lue) renklerinin değişik yoğunluklarda kullanılarak istenilen rengi elde etmesi prensibine dayanmaktadır. Boya ve mürekkep kullanılan matba ve bazı yazıcılarda kullanılan renk modeli ise CMYK’dır. İşlem Mavisini (**C**yan), İşlem Kırmızısını (**M**agenta), Sarı (**Y**ellow)

renklerinin karışımları sonucunda elde edilen ve saydam olan rengin doymun hale getirilmesi için Siyah (Black) rengin eklenmesi ilkesine dayanmaktadır.

Basılı ve ekrana yönelik tasarlanan dergilerdeki renk kullanımları farklı özelliklere sahiptir. Elektronik ortam için hazırlanan dergilerde kullanılan fosforlu renkler baskıda aynı etkiyi vermemektedir. Basılı dergilerde kullanılan gümüş, altın gibi özel boyalar ise ekrana yönelik tasarımlarda beklenen parlaklığa sahip değildir. Ayrıca aynı gibi görünen bir kırmızı, ekranda daha parlak ve canlı iken, basıldığında aynı canlılıkta olmamaktadır.

“CMYK modelinin renk gamı (spektrumu) RGB modeline göre daha küçüktür. Yani RGB modelinde daha renkli ve canlı renkler üretmek mümkündür. tasarımcıların karşılaştığı bilgisayar ve baskıdaki renk farklılığı probleminin asıl nedeni budur.” (Mazlum, 2006, s.26).



188. Görüntü: RGB ve CMYK renk modellerini gösteren grafik.

Dergi kapaklarında kullanılan zemin rengi, okurun dikkatini çeken ve tercihini etkileyen en önemli tasarım ögesidir. Örneğin aynı rafta yer alan görüntüdeki (Bkz. 189. Görüntü) iki dergiden *Novum*, turuncu kapağı ile uzak mesafelerden dikkati çekerek, *Etapes*'e göre ilgiyi üzerinde daha fazla toplamaktadır.



189. Görüntü: *Étapes* ve *Novum* dergilerinin kapak görüntüleri.

Renk ögesi, dergilerde; kapak dışında iç kısımlarda, bölüm, başlık ve metinlerin vurgulanması, bilgi gruplarını ayırmak gibi özel amaçlar için de kullanılmaktadır. Bu çeşit kullanımlarda seçilecek rengin, vurgulanan metinlerin okunurluğunu etkilememesine özen gösterilmelidir. Görüntüdeki *Grafik Tasarım* dergisinde yapılan röportajda öne çıkan önemli kısımlar okura renkli kalemle vurgulanmış biçimde gösterilmektedir. *IdPure* dergisinde ise tüm sayfanın zemininde kullanılan mavi renk, siyah ve beyaz renkteki metinlerin okunurluğunu zorlaştırmaktadır (Bkz. 190. Görüntü).



190. Görüntü: *Grafik Tasarım* ve *IdPure* dergilerine ait iç sayfa görüntüleri.

“Elektronik görüntünün kendisinin ışık olması, ışıklı noktacıklardan oluşması, renk konusuyla ilgili olarak da elektronik görüntüyü, resim, fotoğraf ve filmden farklılaştırmaktadır.” (Kılıç, 2003, s.38). Elektronik dergilerin çoğunda renkli sayfa zeminleri kullanılmaktadır. Bu renkli zeminler üzerine yerleştirilen metinler için seçilen renklerin ekrandan takip edildiği düşünülürse dikkatle seçimi önemlidir (Bkz. 191. Görüntü).



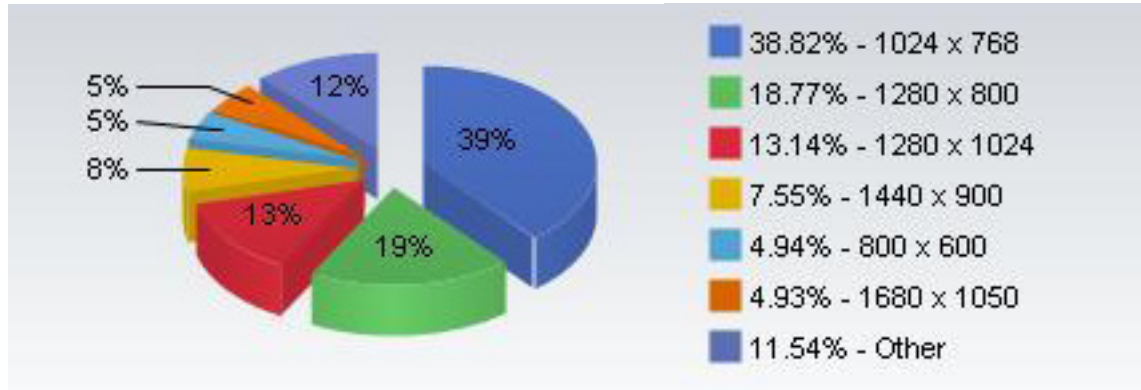
191. Görüntü: Root dergisine ait iç sayfa görüntüsü.

4.6 GÖRÜNTÜ

Günümüz bilgisayar teknolojilerinin sürekli gelişmesi farklı renk, çözünürlük özelliklerine sahip ekranların üretimine olanak vermektedir. Ekranı yönelik tasarımların üretiminde, çalışmanın sunulacağı ortamın çok iyi bilinmesi ve çalışmaya başlamadan değerlerin buna göre belirlenmesi tasarımcı açısından oldukça önemlidir.

Farklı boyutlarda ve çözünürlüklere sahip ekranlarda yayımlanan aynı e-dergide zaman zaman sorunlar oluşabilmektedir. Büyük ekranlar için tasarlanan bazı e-dergilerin sayfa alanlarının dışına yerleştirilen menü, düğme ve yazıların görüntülenememesi sık karşılaşılan sorunlardandır. Bu sorun çalışmanın 800x600 dpi boyutlarında

hazırlanmasıyla önlenebilmektedir. Böylece her boyuttaki ekranda çalışma eksiksiz olarak görüntülenir. Market Share araştırma firmasının yaptığı “en çok kullanılan bilgisayar çözünürlükleri” anketinde 1024x768 dpi çözünürlüğün en yüksek oranda kullanıldığı belirtilmektedir (Bkz. 192. Görüntü)



192. Görüntü: En sık kullanılan bilgisayar ekranı çözünürlükleri anketi
(<http://marketshare.hitslink.com/report.aspx?qprid=17>).

“Ekrandaki görüntü çözünürlüğü, yatay tarama çizgisindeki piksel sayıları ile tarama çizgisi sayılarının çarpımıdır. 640x480 görüntüsünde, her bir 480 çizgide 640 tane piksel bulunmaktadır.” (Woolman, 2004, s.24).

Değişkenlik gösteren ekran, renk ve çözünürlük seçenekleri tasarımcılar için yeni disiplinleri yönlendiren önemli kıstaslar olmuştur. Etkileşimli ortamda sunulmak üzere tasarlanan projeler ekran aracılığıyla yayımlanacağından; ekran boyutları ve çözünürlük seçenekleri tasarlanan alanın planlanmasını belirleyen etkenlerdir.

4.6.1 Durağan Görüntü

Görüntü, algılanma süreci ve akılda kalıcılığının yazıya göre daha güçlü olması sebebiyle dergi tasarımının vazgeçilmez ögesidir. Yayımlanan ortam ve konuya göre 2 tür görüntü biçimi kullanılmaktadır. Durağan ve hareketli görüntüler. Dergilerde çok çeşitli biçimlerde kullanılan durağan görüntünün en yaygın kullanım biçimi fotoğraftır. Özellikle gerçekçiliğin kanıtlanması gereken haber içerikli yayınlarda fotoğraflar tercih edilmektedir. Fotoğrafla anlatılmayacak kompozisyon ve soyut kavramlar için ise resimleme ve grafiklere başvurulmaktadır (Bkz. 193. Görüntü).



193. Görüntü: *Blanket* e-dergisi kapağında kullanılan resimleme örneği.

Basılı ve elektronik dergilerde kullanılan durağan görüntüler dosya biçimi, çözünürlüğü, renk modeli gibi bir çok temel farka sahiptirler. Tasarımcının çalışmaya başlamadan derginin yayımlanacağı ortama göre görüntü özelliklerini değerlendirmesi gerekmektedir.

4.6.1.1 Görüntü Dosya Biçimleri

Masaüstü yayıncılıkta kullanılan bir çok görüntü dosya biçimi elektronik ortamda da kullanılabilir. Her iki ortamda da kullanılabilen, çok sayıda katman, kanal, renk biçimini destekleyen PSD, Photoshop uygulamasına özel bir dosya biçimidir. Bir tasarımın son halinden önceki tüm ara aşamaları PSD'nin katmanlarında oluşturulmaktadır. Katmanlar ile çalışması sebebiyle Photoşopta hazırlanan bir çalışma için en sık kullanılan dosya biçimidir.

4.6.1.1.1 PSD

.psd (Photoshop Document) uzantısı, Photoshop programına özel bir dosya biçimi olan .psd, çok sayıda alfa kanalını, path ve katmanı desteklemektedir. Tasarlanan çalışmanın PSD dosya formatındaki biçiminin de saklanması her an çalışmanın katmanları üzerinde uygulama şansını da tasarımcıya sunmaktadır.

4.6.1.1.2 JPEG (Joint Photographic Experts Group)

Birleşik Fotoğraf Uzmanları Grubu (*Joint Photographic Experts Group*) tarafından geliştirilen görüntü sıkıştırma biçimidir (Cotton ve Oliver, 1997, s.123). Bu dosya biçimi, İnternet üzerinden görüntü iletmek ve fotografik görüntü saklamak için en popüler dosya biçimi olmuştur. Ayrıca web için gerçekten de başarılı bir depolama ve veri aktarım yapısına sahiptir.

JPEG, fotografik görüntüleri çok az görsel kayıpla, kayıpsız sıkıştırma yöntemlerinden çok daha yüksek verimle sıkıştırabilmektedir. Ancak, çizimler ya da keskin hatlı cisimler içeren görüntülerde sıkıştırma miktarı arttıkça keskin hatların etrafında dalgalanma görülür. JPEG standardında görüntü saklayan dosya biçimleri, *.jpg*, *.jpe* ya da *.jif* uzantılıdır, ancak çoğunlukla *.jpg* uzantısı kullanılır.

4.6.1.1.3 TIFF (Tagged Image File Format)

Yönlendirme İmli Dosya Formatı (*Tagged Image File Format*), Microsoft ile Aldus'un masaüstü ve tarayıcı uygulamaları için ortaklaşa geliştirdikleri yaygın bir grafik biçimidir. Tüm görüntü işleme programları tarafından desteklenmektedir. TIFF olarak kayıtlı belgeler, herhangi bir uygulama programının sayfa içine alındığında görüntü ve zeminin renk değerlerini azaltma ve değiştirme olanağı vermektedir. Bitmap veriler için kullanılır, geleneksel biçimlerden değerli verilere izin verilmiş olmasına rağmen yazı ya da vektörel bilgi içermez.

4.6.1.1.4 GIF (Graphics Interchange Format)

Bit eşleşimli renkli grafik dosya biçimi (*Graphics Interchange Format*) ağda renkli görüntü iletimi için 1987'de CompuServe firması tarafından geliştirilmiştir. JPEG ile birlikte bilgisayar dünyasında kullanılan en yaygın resim saklama biçimlerinden biridir. Az sayıda renk içeren (1 ila 8 bitlik) grafiklerin sıkıştırılması ve saklanması için kullanılmaktadır.

PNG ve JPEG'den farklı olarak, GIF formatı piksel tabanlı animasyonların üretilmesine olanak vermektedir. Animasyonlarda zamanlama ve farklı boyutlardaki resimleri bir arada tutma desteği, saydam renk tanımlanması bu dosya biçimini popüler yapan nedenlerden sadece bir kaçıdır (Photoshop Magazin, (t.y)).

Photoshop gibi resim işleme programlarının çoğu GIF formatının tüm özelliklerini kullanamamaktadır. Bu nedenle bu format ile çalışırken sıklıkla başka programlara gereksinim duyulmaktadır. GIF dosyaları Bitmap, gri ölçek (grayscale) ve dizinlenmiş (index) renk sisteminde olabilmektedir.

4.6.1.1.5 EPS (Encapsulated Postscript)

Encapsulated Postscript Biçimlemesi, postscript çıkışını bilgisayar ekran görüntüsünde betimleyip yüksek çözünürlükte çıkış veren resimli dosya formatıdır. Ekranda görüntülenmek için bit eşlemi dosyası (*bitmap*) ve çıkış için postscript kodu'ndan oluşmaktadır (Cotton ve Oliver, 1997, s.76).

“Adobe tarafından geliştirilen EPS, kullandığı Postscript dosya biçimi ile yüksek grafik kalitesini garanti etmektedir.” (Fraser ve Blatner, 2006, s.605). EPS formatı hemen hemen bütün vektörel çizim ve sayfa düzenleme programları tarafından (Illustrator, FreeHand, Photoshop, QuarkXpress) desteklenmektedir. Herhangi bir çalışma için hazırlanan Vektörel bir çizim .eps. dosya uzantısı ile kaydedilerek sayfa düzenleme ve resim programlarınca kullanılabilir.

4.6.1.1.6 PNG (Portable Network Graphics)

Taşınabilir Ağ Grafiği anlamındaki (Portable Network Graphics) PNG, kayıpsız görüntü sıkıştırma için kullanılan bir saklama biçimidir. PNG dosya biçimi, yaygınlaşan ve gelişen teknolojiler ile GIF'in yetersiz kalmasıyla geliştirilmiştir. Bu dosya biçimiyle kayıpsız gerçek renk ve saydamlık bilgilerini içeren görüntü kalitesinin İnternet'e taşınması amaçlanmaktadır. İçlerinde Photoshop, Fireworks, The GIMP, Microsoft Paint ve Apple iPhoto'nun da bulunduğu birçok program PNG biçiminde görüntü saklamayı desteklemektedir.

Fotoğraf ve fotoğraf benzeri görüntülerde JPEG, PNG'ye göre çok daha küçük dosyaları, küçük kalite kayıplarıyla üretmektedir. Ancak çizim ya da metin içeren resimlerde PNG çok daha iyi sonuç vermektedir. JPEG ile sıkıştırıldıklarında bu resimlerdeki çizgi ve metinlerin etraflarında halkalanmalar oluşmaktadır.

4.6.1.2 Görüntü Çözünürlüğü

Bilgisayar monitörleri, bitmap matrisinde düzenlenmiş olan pikseller olarak da bilinen kare noktaları kullanarak görüntüleri sunmaktadır. Çözünürlük görüntüdeki toplam piksel sayısıdır ve birim olarak inç⁶ (inch) başına düşen nokta sayısını ifade eden “dpi” (dots per inch) ile gösterilmektedir. Kullanılan görüntüler yayın ortamlarına göre 72-300 dpi çözünürlük değerleri arasında değişkenlik göstermektedir. Bir fotoğraf, resimleme ya da grafiğin görüntü kalitesi, sahip olduğu yüksek sayıdaki pikselle doğru orantılıdır.

Kullanılacak bir görüntü yayımlanacağı ortama göre farklı çözünürlük değerlerine sahip olabilmektedir. Basılı bir dergide kullanılacak görsellerin çözünürlük değerinin 200-300 dpi aralığında olması uygundur. Bu aralıktaki çözünürlük değeri, kullanılan belgenin yüksek görüntü kalitesi ve netliğe sahip olmasını sağlayacaktır. Belirtilen değerlerin altındaki kullanımlarda ise birim alan başına düşen piksel sayısı azalarak görüntüde “pikselleşme” adı verilen bozulmalara sebep olacak, bulanıklaşacaktır.

E-dergilerde ise düşük değerdeki çözünürlükler görüntüler için rahatlıkla kullanılabilir. En yaygın kullanım biçimiyle 72-96 dpi aralığı ekrandan takip edilecek ve bilgisayara indirilecek bir yayın için yeterlidir. Görüntü çözünürlüğünün belge boyutuna etki etmesi sebebiyle, bu değerlerin üzerine çıkılmamalıdır. Daha yüksek çözünürlükteki görüntülerin yüklenme süreleri uzamakta, bulunduğu belgenin boyutunu arttırmaktadır.

4.6.1.3 Görüntü Renk Modeli

Renk başlığı altında incelenen renk modeli ise yayımlanacağı ortama göre görüntüyü etkilemektedir. Basılı dergiler CMYK renk sisteminde hazırlanmalıdır. Ekranaya yönelik tasarımlarda ise RGB renk sistemi kullanılmalıdır. Ekranda çok parlak gördüğümüz RGB bir görüntü CMYK renk sisteminde düzenlenmeden basıldığında rengin parlaklığını kaybedeceği unutulmamalıdır. Ayrıca basılacak bir görüntünün kağıdın gramajı, rengi, parlaklığı ve türüne göre değişiklik göstereceği tasarımcılar tarafından hatırlanmalıdır.

4.6.2 Hareketli Görüntü

Bir elektronik yayını basılı yayından ayıran en temel öge hareketli görüntü kullanımınıdır. Hareketli görüntüler elektronik ortamlarda durağan görüntülere göre okurun ilgisini

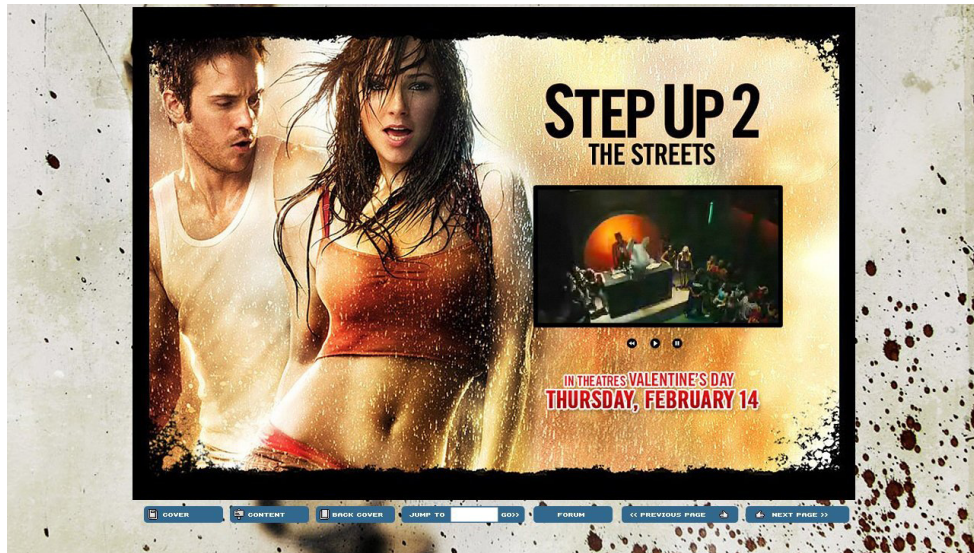
6 inç: Uzunluğu 2,54 santimetre olan İngiliz uzunluk ölçü birimi (Türk Dil Kurumu [TDK], 2009).

daha çok çekmektedir. İçeriği geri plana atmamak şartıyla uygun biçimlerde kullanılan hareketli görüntüler ve görsel etkiler (efektler⁷) yayını cazip hale getirebilmektedir.

En bilinen hareketli görüntü dosya biçimleri GIF ve Flash'tır. Bir sayısal resim saklama biçimi olan GIF, kayıpsız sıkıştırma ile 8-bit renge (yani 256 renge) kadar destek vermektedir. Durağan görüntülerin arka arkaya getirilmesi ile oluşturulan GIF görüntüler elektronik ortamın en eskisi olması sebebiyle tüm ortamlarda özel bir programa ihtiyaç duymadan çalışabilmektedir. GIF biçimi piksel tabanlı canlandırmaların üretilmesinde, özellikle İnternet banner tasarımlarında sıkça kullanılmaktadır. GIF hazırlanan hareketli görüntülerdeki kareler arası geçişler sert ve belirgindir.

Flash, "3.1.2 Flash Dergiler" (Bkz. Syf. 72) bölümünde detaylı olarak anlatılan Flash vektörel çizim ve görüntülerle oluşturulan hareketli görüntü biçimidir. Flash hareketli görüntülerde geçişler GIF'e göre daha yumuşak ve nettir.

Elektronik dergilerde hareketli görüntü kullanımının diğer bir biçimi de video kullanımıdır. Canlandırma ve sesin aynı anda oynatılmasıyla oluşan çoklu ortam uygulaması olan videolar, yayınlandığı derginin boyutunu arttırması ve yüklenme sorunları sebebiyle çok sık kullanılmamaktadır. Özel konulu tasarlanmış filmlerin yanı sıra, sinema filmi tanıtımı, müzik klipleri ya da bir ürünün tanıtım filmi biçimlerinde bulunabilmektedir (Bkz. 194. Görüntü).



194. Görüntü: *Newwebpick* dergisinde, Step Up 2 filminin reklam sayfasında filminden alınan fragman görüntüsüne de yer verilmektedir (<http://www.newwebpick.com/>)

7 Efekt: Radyo ve televizyon yayınlarda, tiyatro oyunlarında veya film seslendirmelerinde, hareketleri izlemesi gereken seslerin doğal kaynakların dışında, optik, mekanik, kimyasal yöntemlerle gerçekleştirilmesi (www.tdk.gov.tr)

Kullanılacak bu videoların sayısal ortamda sıkıştırılarak kodlanması ve tekrar çözülerek oynatılmasını sağlayan özel çözücülere (codec) ihtiyaç duyulmaktadır. Görüntü çözücüler, sayısal görüntülerin sıkıştırılabilmesi için kullanılan donanım ya da yazılım birimidir. Kullanılacak videoların tüm bilgisayar ortamlarında ve tüm yazılımlarla oynatılabilen dosya biçimlerinde tasarlanması geniş kitlelere ulaşması açısından da önem taşımaktadır. Günümüzde bir çok farklı görüntü çözücü ve dosya biçimi mevcuttur, fakat en yaygın kullanımıyla bilgisayar ortamında görüntülenecek videolar için Avi, MOV ve MPEG dosya biçimleri tercih edilmektedir.

4.6.2.1 MPEG (Moving Picture Experts Group)

Hareketli Görüntü Uzman Birliği (Moving Picture Experts Group)'nin hareketli video görüntüleri için belirlediği sıkıştırma (compression) ve yeniden genişletme standardıdır. CD-ROM ya da sabit disklerde, uyumlu veri hızında gerçekleştirilen sıkıştırma işlemiyle, TV kalitesinde video görüntüsü ve CD kalitesinde ses üretme amacına yöneliktir. Dünya çapında bir görüntü standartı olan *MPEG*'in ortaya çıkışı, hipermedyanın gelişiminde önemli bir etmendir. Belge sıkıştırma gücüne bağlı olarak dosya boyutlarını son derece küçük hale getirebilmektedir. Ayrıca *MPEG*, sürekli yenilenen sürümleriyle gelişmiş görüntü kalitesine sahip çalışmaların tasarlanmasına olanak sağlamaktadır.

Sırasıyla MPEG-1 Video CD'lerin, MPEG-2 sayısal televizyon, sayısal elektronik alıcı (Set-top-box) ve DVD gibi ürünlerde, sayısal kodlamalarda kullanılmıştır. Daha sonra geliştirilen ve günümüzde de kullanılan sayısal ağ erişimli hareketli ve sabit çoklu ortam (Multimedia) ürünleri için MPEG-4, ses ve görüntü içerikli sayısal verilerin standart olarak tanımlanabilmeleri için MPEG-7 ve çoklu-ortam ürünlerinin birarada çalışmasına olanak sağlayacak temel bir iskelet yapı oluşturmak için MPEG-21 gibi yeni standartlar üzerine çalışmasını sürdürmektedir (Işık ve Diğerleri, 2008, s.75).

4.6.2.2 Avi (Audio Video Interleave)

PC'lerde kullanılan eski ve yaygın video formatı *Avi*'dir. *Avi* video formatının en önemli özelliği, Mpeg gibi sıkıştırılarak işlenmiş olmaması ve dolayısıyla görüntülemek için güçlü bir bilgisayara ihtiyaç duyulmamasıdır. *Avi* dosyalarının görüntü kalitesi, diğer biçimlere oranla daha yüksektir. Buna karşılık, *Avi* dosyalarının boyutları son derece büyük olabilmektedir. Bunun sebebi, video üzerinde herhangi bir sıkıştırma işlemi uygulanmadan, kalitenin en üst düzeyde tutulmasıdır.

4.6.2.3 Mov (Moving Picture Experts Group)

Mov, Apple'ın geliştirdiği ilk kez Macintosh sistemlerinde kullanılan görüntü formatıdır. Ancak günümüzde yalnız Macintosh sistemlerde değil, PC'lerde de kullanılmaktadır. Bilgisayarın kaynaklarını en üst düzeyde kullanan *Mov* dosya biçimi, yüksek işlemciye sahip bilgisayarlarda görüntülenebilmektedir.

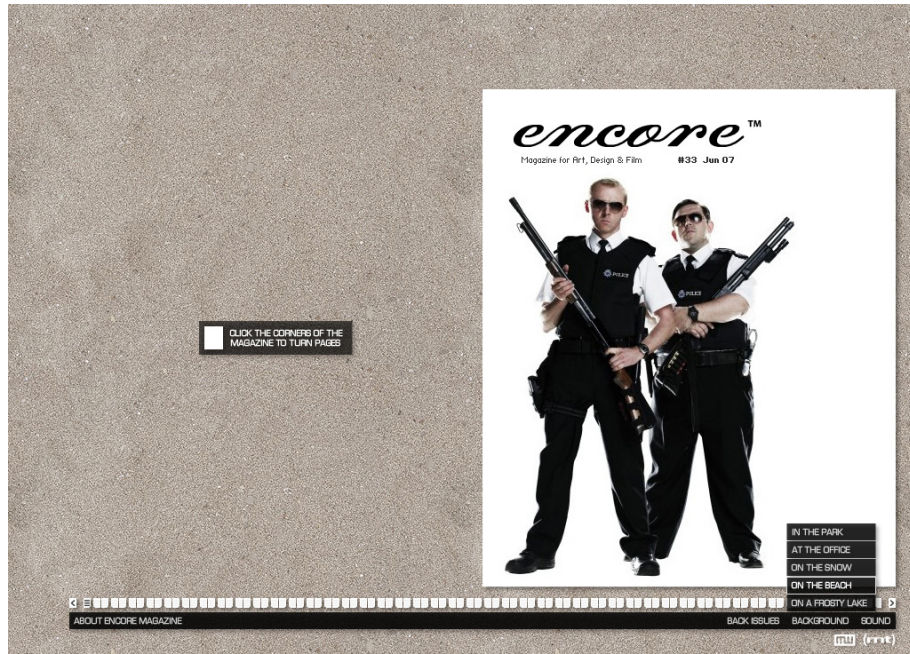
Mov biçimindeki görüntüleri izlemek için tercih edilen en yaygın program, QuickTime'dır. QuickTime çeşitli biçimlerdeki sayısal görüntü, ses, yazı, animasyon, müzik, resim dosyalarını işleyen, Apple Computer tarafından geliştirilen bir çoklu ortam teknolojisidir. Yeni içerik yaratma (planlanmış içeriğin elde edilmesi, kaydedilmesi), üretim (içeriğin dağıtılabilecek hale getirilmesi) ve dağıtım özelliklerine sahiptir.

4.7 SES

Çevremizi anlamlandırmada günlük yaşamımızın önemli bir parçası olan ses, elektronik ortamdaki görüntünün gerçekçiliğini ifade etmede son derece önemlidir. "Ses, görüntü boyutunun psikolojik olarak tamamlayıcı bir ögesidir. İzleyici çoğu zaman ekrandaki görüntüyle sesi bir bütün olarak ele alma eğilimindedir." (Kılıç, 2003, s.66).

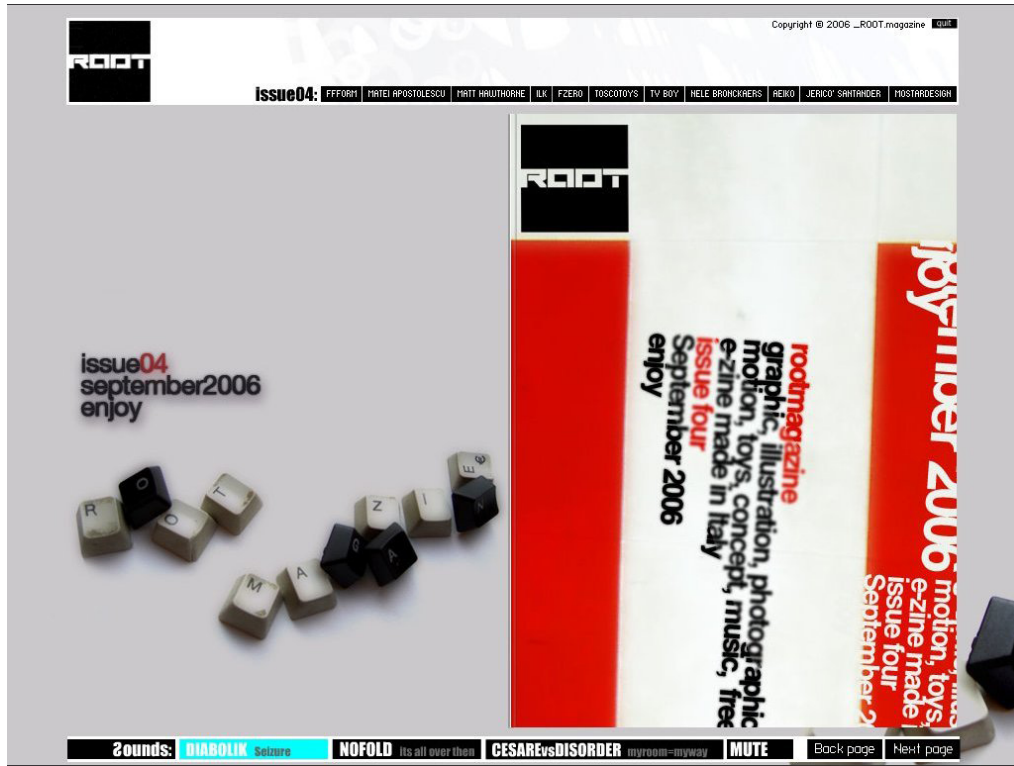
Gelişen teknolojiler sayesinde çeşitlenen ses efektleri ve müzikler, e-dergileri daha canlı hale getirmekte, okurun dergiye ilgisini arttırmaktadır. Sayfa içindeki düğmelerde kullanılan tuş sesleri görüntünün anlamını tamamlayarak, kullanıcının etkileşime girdiği hissini pekiştirmektedir. Bir çok Flash dergide olan arka plan müzikleri okura duygusal sanal bir dünya yaratmakta, eğlenceli vakit geçimesine katkıda bulunmaktadır. "Görüntü ve ses öğeleri zaman zaman değişken olarak egemen ve tamamlayıcı durumdadır. Aslında birbirinden bağımsız olarak algılanan bu iki öge arasında tasarımda mutlak bir bütünlük söz konusudur." (Zettle, 1973, s.359).

Encore Magazine'in (Bkz. 195. Görüntü) "sahil, kış, bahar" gibi farklı temalarda hazırlanan arka plan görüntülerine uygun seslerde kurgulanmıştır. Arka plan görseline göre değişen sesler okura, kendini seçilen mekandaymış hissini vermektedir. Örneğin "sahil" temasına uygun kum görseli üzerinde okunan dergide arka planda, tekrar eden (loop) dalga ve martı sesleri duyulmaktadır. Duyulan sesler dikkati dağıtmadan rahatça derginin incelenmesine olanak vermekte, istenirse sesler açılıp kapatılabilmektedir.



195. Görüntü: *Encore Magazine* (2008) dergisinde okur, alt sağ köşedeki açılı menü sayesinde farklı arka plan seslerinden tercih yapabilmekte, bu sesleri açıp kapatabilmektedir (<http://www.magwerk.com>).

Bir çok Flash dergide bulunan arka plan müzikleri ise beğenilere göre değişkenlik göstermektedir. Çoğunlukla 2 seçeneqli olarak kullanılan müziklerden biri, elektronik öğelerin ağırlıkta olduğu hareketli bir parça, diğeri daha yumuşak sesli çalgıların kullanıldığı parçalar olmaktadır. *Root* dergisinde (Bkz. 196. Görüntü) okur üç farklı müzik seçeneği arasında seçim yapabilmektedir. Fakat tüm müziklerin sayısal ağırlıklı melodiler içermesi ve sözlü olması sebebiyle okuma anında zaman zaman rahatsızlık verebilmekte, ilgi dağılmasına sebep olabilmektedir. Bu durum e-dergilerde kullanılacak ses, müzik gibi eklentilerin derginin içeriğinin önüne geçmeden ve okura rahatsızlık vermeyen parçalar arasından seçilmesinin gerekliliğini göstermektedir. Ayrıca ses, müzik gibi kişiye özel değişen beğenilerde karar verme özgürlüğü okura bırakılmalıdır. Bu öğeler ile ilgili ses aç/kapat ve ses seviyesi düğmelerinin tasarımı bulunması gerektiği unutulmamalıdır.



196. Görüntü: Root dergisinde okur, en altta bulunan menülerden 3 farklı müzik arasından tercih yapabilmekte veya kapatabilmektedir (<http://www.rootmagazine.org>).

4.7.1 Ses dosya biçimleri

Elektronik ortamda kullanılacak müzik ve sesler için farklı dosya biçimlerinden yararlanılmaktadır. Ses dosyaları frekans, hız, dalga gibi farklı özelliklere sahiptir ve bu özelliklerin sıkıştırılmasında kullanılan dosya biçimleri de çeşitlidir. Özellikle bilgisayar ve yazılım şirketlerinin kendi uygulamaları için özel olarak geliştirdikleri bir çok ses dosya biçimi bulunmaktadır. AU, IFF, MOD, SND gibi uzantılara sahip ses dosyaları buna örnektir. Fakat bu tip ses dosyaları, belirli bilgisayar ortamı, özel program ve uygun İnternet tarayıcılarda çalışabilmektedir. Oysaki çoklu ortam tasarımlarında kullanılacak seslerin her ortamda, programda ve tarayıcıda çalışan biçimlerinin tercih edilmesi gerekmektedir.

“Özellikle İnternet başta olmak üzere elektronik ortamlarda en yaygın kullanılan ses dosya biçimleri WAV ve MP3’dür.” (W3 Schools, (t.y)). Bu dosya biçimleri uyarı sesi, sesli metin okuma, konuşma, müzik gibi bir çok farklı amaçta kullanılabilir. WAV ve MP3’ün ses değerlerinin yüksek kalitesi, sıkıştırılabilirlik ve tüm ortamlarda sorunsuz çalışması özellikle elektronik dergilerde bu biçimlerin tercih edilme nedenlerindedir.

4.7.1.1 WAV

WAV, IBM ve Microsoft'un geliştirdiği, sayısal ortamda hiçbir sıkıştırma yapmadan kullanılan ses dosyası biçimidir. İngilizce "dalga" anlamına gelen "wave" sözcüğünün ilk  harfinden kısaltılmıştır. Günümüzde kullanılan en yaygın ses biçimlerindedir ve her bilgisayarda alınabilmektedir. Microsoft tarafından 1992'de piyasaya sürülen grafik arayüz Windows 3.1'den bu yana Windows ortamında ses dosyalarının ana formatı olarak kullanılmaktadır.

WAV dosyaları, .wav uzantısıyla tanımlanmaktadır. Öncelikle kişisel bilgisayarlarda kullanılmasına karşın, İnternetteki küçük müzik dosyaları için de yaygın olarak kullanılmaktadır. Macintosh tarafından da geçerli ve kullanılabilir bir ses biçimi olarak kabul edilmektedir. Fakat WAV dosyalar, Mp3 ve diğer sıkıştırılmış biçimlerin aksine çok yer kaplamasına karşın, her özellikteki bilgisayarda kaliteli ses verebilmektedirler.

4.7.1.2 MP3

MP3, MPEG-1 Audio Layer III olan sıkıştırılmış ses biçimi ve bu biçimde kaydedilen seslere verilen isimdir. MPEG görüntü biçiminin ses ile ilgili kısmını oluşturmaktadır. Günümüzde en yaygın kullanılan müzik ve ses dosya biçimidir. MP3 sesler için .mp3 dosya uzantısı kullanılmaktadır.

MP3'n çalışma biçimi, sayısal hale getirilmış sesler üzerinden insan kulağının duyamayacağı frekansların silinmesi yöntemine dayanmaktadır. Oysaki WAV, AU, ASF gibi ses sıkıştırma biçimlerinde, ses depolanırken insan kulağının duyamayacağı ses frekanslarını da alarak, dosya boyutunun artmasına neden olmaktadır. Ses dosyaları MP3 dosya biçiminde kalitelerinde kayıp olmadan, 1/12 oranına kadar sıkıştırılabilmektedir.

4.8 ETKİLEŞİM

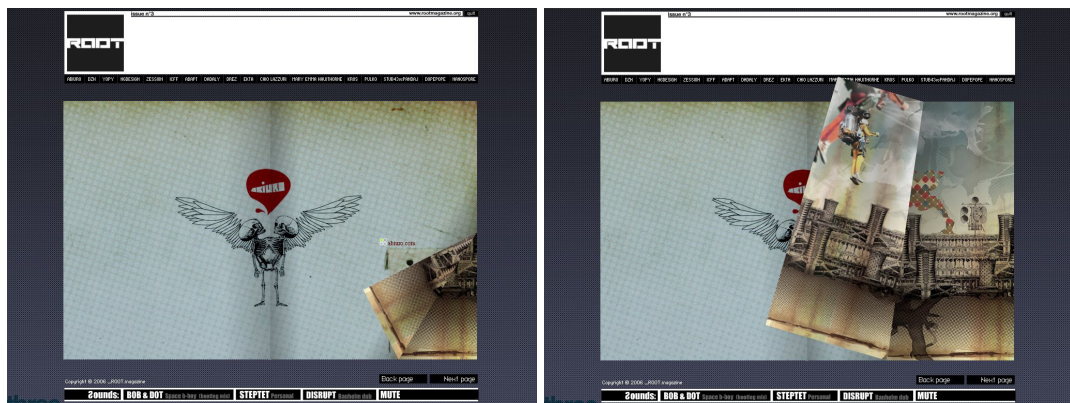
Bilginin gösterimi için metin, her tür görüntü, ses, video, canlandırma ve etkileşim (interactivity) biçimlerinin bir arada kullanıldığı iletişim ortamları çoklu ortam (multimedia) olarak tanımlanmaktadır (Feldman, 1997, s.24). Günümüzde İnternet, eğitim amaçlı CD/DVD ROMlar, bilgisayar oyunları, sayısal kanal arayüzleri, yazılım arayüzü, e-kitap ve e-dergi gibi bir çok alan, çoklu ortam özelliklerini içermektedir. Çoklu ortam'ın en önemli parçası olan etkileşim ise Rafaeli tarafından "bir iletişim

sürecinde, herhangi bir üçüncü gönderimin ya da mesajın bir öncekileri etkileme kapasitesi” olarak tanımlamaktadır (Rafaeli, 1988, s.119). Geleneksel iletişim biçimleri merkez alınarak yapılan bu tanım İnternet ve İnternet üzerinden yayımlanan ürünler için yetersiz kalabilmektedir. Bu bağlamda Steuer’un etkileşim tanımı; “gerçek zamanda katılımcının dolayımlanmış iletişim ortamında, iletişim biçim ve içeriğini değiştirme ve etkilemedeki katılımı” daha kapsamlıdır (Steuer, 1995, s. 46).

Etkileşimde iletişim sürecini paylaşan taraflardan biri veya tümü iletişim sürecini etkilemekte, içeriğini veya biçimini değiştirebilmektedir. Özellikle ses, görüntü, canlandırma, video gibi çok çeşitli ögenin aynı anda kullanıldığı uygulamalarda “etkileşim” büyük önem taşımaktadır. Kullanıcı uygulamanın içindeki hangi ögeyi ve bilgiyi kullanacağına, bilginin ölçüsünü, zamanını, şeklini ve hangi hızda alacağına kendisi karar verebilmektedir. “Etkileşimin en önemli 3 özelliği; hız, eylemin sayısı ve kapsamıdır.” (Timisi, 2004, s.134).

Elektronik yayıncılığı, basılı yayıncılıktan ayrılan en önemli 2 farkı, “çoklu ortam” ve “etkileşim” özellikleridir. Özellikle elektronik dergilerde geleneksel araçlarda pasif olan okurun yetkiyi ele alması onu güçlü kılmaktadır. Basılı dergilerden farklı olarak okur, e-dergilerde sayfa içindeki hareketleri, öğelerin denetimini elinde tutmaktadır. Okurun fareyle tıklama veya klavye onayı biçiminde gerçekleştirdiği etkileşimde, dergiyi istediği zaman açıp kapatabilmekte, sayfaları çevirebilmekte, video ve sesleri durdurup, yeniden başlatabilmektedir.

Elektronik dergilerde en çok kullanılan etkileşim yöntemi, sayfaların gerçek bir dergi sayfası gibi köşelerinden tutulup, kaldırılıp, çevrilebilmesidir (Bkz. 197. Görüntü). Okur, basılı bir dergi inceliyormuş gibi aynı hareketleri yapabilmektedir. Çok sık kullanılan bu yöntemde, sayfayı bir köşeden diğerine taşımak istemeyen kullanıcılar için eylem, tıklama veya düğmeler ile de gerçekleştirilmektedir.



197. Görüntü: *Root* dergisinde kullanılan sayfa çevirme uygulamasına ait görüntüler.

E-dergilerde etkileşim, okura tercih özgürlüğünü de beraberinde getirmektedir. Kullanıcı dergide bulunan düğmeler sayesinde arka plan rengini değiştirebilmekte ya da arka planda çalan müziği açıp kapatabilmektedir. İncelediği konuyla ilgili ayrıntılı bilgi edinmek istediğinde tek bir tıklama ile gerekli web adresine ulaşabilmektedir. Ayrıca çalışmalarını beğendiği tasarımcıya ya da makalesi hakkındaki görüşlerini, yazara e-posta yoluyla gönderebilmektedir.

“Bir çok e-yayımcı etkileşimi; yapılan yayınları videolar, sesler, animasyonlar, oyunlar, sürekli hareket halindeki grafiklerin tümünün birden kullanımı olarak algılamaktadır.” (Lieb,1998). Oysaki bu görsel ve işitsel öğeleri düzenleyerek, okurun birden fazla duygusuna, gerektiği ölçüde seslenebilmek tasarımcı için önemli bir sorundur. Bu düzenlemede tasarımcının sayfalar içinde kurguladığı dolaşım biçimi ve kullanacağı tasarım öğeleri önemli rol oynamaktadır.

4.9 YÖNLENDİRME - DOLAŞIM (NAVİGASYON)

Navigasyon, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “yönelim” (Türk Dil Kurumu [TDK], (t.y.)), Türk Bilişim Derneği Bilişim Terimleri Karşılıklar Sözlüğünde ise “dolaşma” (Türk Bilişim Derneği [TBD], (t.y.)) olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda dolaşım sistemleri, elektronik ortamda kullanıcının karar mekanizmalarını, sesler, hareketler, görüntüler, simgeler yardımıyla harekete geçirerek, dolaşımını sağlamak üzerine kurgulanmıştır. “Kullanıcının aradığını bulmasında, bulunduğu yeri konumlandırmasında, tasarım ile ilgili genel bir fikir oluşturmasında dolaşımın (navigasyon) önemi büyüktür.” (Fidler, 1997, s.23).

Elektronik dergilerde doğru organize edilmiş bir dolaşım sistemi, bilgiye ulaşmak için kısa ve basit yollar sunarak, adımları en aza indirmektedir. Bu sistemin tasarımında okurun nerede olduğunu ve buradan nereye gidebileceğini anlaması en anlaşılır biçimde organize edilmelidir.

Çoklu ortam tasarımcısının temel görevlerinden biri, kullanıcının programın neresinde bulunduğunu, önceki menülere nasıl döneceğini, her aşamada önünde hangi seçeneklerin bulunduğunu bilmesini sağlayacak, menü ve pencereler arasında kaybolmasını önleyecek kullanışlı bir dolaşım sistemi tasarlamaktır (Cotton ve Oliver, 1997, s.147).

Yönlendirme sistemlerinin en önemli ögesi düğme (button)'dir. Elektronik yayınlarda kullanıcı düğmeler üzerine tıklayarak ilgili bağlantıya kolayca erişebilmektedir.

Kullanılan bu düğme tasarımlarında soyut biçim, görüntü, simge veya yazılardan yararlanılmaktadır (Bkz. 198. Görüntü).



198. Görüntü: Görüntü, metin ve rengin bir arada kullanıldığı düğme örneklerine ait görüntü.

“Bir nesnenin biçimi, yalnızca işlevi mümkün kılmakla kalmamalıdır, bu işleve öylesine açık bir gönderme yapmalıdır ki, işlev mümkün kılmaktan öte, istenir olmalıdır.” (Erkman, 1987, s.98). Doğru tasarlanmış bir düğme kullanıcının etkileşime geçtiğini hissettirecek görsel ipuçları taşımalıdır. Başlangıçta düğmenin etkin olduğu okura hissettirilmeli, basıldığında renk veya gölge değişiklikleriyle küçük hareketler oluşmalıdır. Ayrıca sayfa içinde düğmeler ayırt edilebilecek biçim, büyüklük ve renkte tasarlanmalı, kolayca fark edebilir ve rahatça kullanılabilir yerlere konumlandırılmalıdır (Bkz. 199. Görüntü). Unutulmamalıdır ki, çok öne çıkarılan ileri-geri, çıkış düğmeleri, okurun dikkatini dağıtarak içerikten uzaklaştırıp, bu düğmeleri kullanmaya yöneltmektedir.



199. Görüntü: Newwebpick (2008) dergisindeki düğmelerin yerleşimine ait görüntü.

E-dergilerde konular ile ilgili düğmeler ve bağlantılar için tek bir tasarım dili kullanılmalıdır. Böylece içerikteki düğmeleri okur kolaylıkla sınıflandıracak ve işlevini hatırlayacaktır. Bu çeşit düğmelerin tasarımında kullanılan renk, hareket, ışık-gölge ve ses okura etkileşimli bir yayını takip ettiği duygusunu daha fazla hissettirecektir.

En bilinen biçimiyle ileri/geri ve aç/kapat komutları tüm e-yayınlarında ortak kullanılan düğmelere örnektir. Bunun yanı sıra arka plan ses-müzik kullanımının olduğu e-dergilerde ses yüksekliğinin ayarlanabildiği veya sesi açıp-kapan düğmeler de yer alabilmektedir. Ayrıca e-posta, web sayfasına bağlantı, kapak ve içindekiler kısımlarına ait düğmeler de kullanılabilir. Örneğin *Bak* gibi (Bkz. 200. Görüntü). bir çok dergide belirli bir sayfaya doğrudan erişimi sağlayan sayfa numarasının yazılarak, okuru o sayfaya yönlendiren menü veya düğme sistemleri de bulunmaktadır.



200. Görüntü: *Bak* (2008) dergisi kapak ve düğmeleri görüntüsü (<http://www.bakmagazine.com>).

5. BÖLÜM: “GRAF” E-DERĞİ UYGULAMA ÇALIŞMASI

Tüm dünyada yayıncılık sektörü teknolojinin hızlı gelişimine koşut olarak biçim ve içerik açısından değişimler geçirmektedir. Basılı biçimdeki yayınların İnternet ortamından güncellenebilmesi, elektronik ortamda verilebilen sipariş sayısı kadar kitabın basılabilmesi, sayısal kâğıt ve ses tanıma teknolojilerinin yayıncılıkta kullanılması, elektronik yayıncılığın hızlı gelişiminin göstergelerindedir. Çok düşük maliyetlerle üretilen, yazılı basın ve görsel iletişim araçlarının tüm özelliklerini içeren yapısıyla elektronik yayınlar, kitle iletişiminde önemli birer araç haline gelmiştir.

Elektronik yayın öğelerinden olan e-dergiler; sahip olduğu görsel gücü ve etkileşim özellikleri ile e-gazete ve web yayıncılığının tüm etkilerini içerisinde barındırmaktadır. Seçilmiş konularda yazılan makalelerin, durağan/hareketli görüntüler, video, ses, müzik gibi çoklu ortam biçimleriyle desteklenmesi ve düzenli aralıklarla yayımlanması e-dergilerin en temel özelliklerindedir. Kolay erişim, hız, üretim maliyetinin düşüklüğü, etkili tasarımı ve etkileşimli yapısı ile elektronik dergiler günümüzde basılı dergiler ile yarışır duruma gelmiştir.

Dünya’da birçok alanda olduğu gibi tasarım alanında da yayımlanan çok sayıda e-dergi bulunmaktadır. Bu dergilerin çoğunluğu, tasarımcı çalışmalarının sergilendiği, görüntülerin arka arkaya eklenmesiyle oluşturulan, neredeyse hiç yazı içermeyen yapıdadır. Bazı e-dergilerde ise, çalışma seçkileri yanında tasarımcılar ile yapılan röportajlara da yer verilmekte, sayfadaki kişisel web bağlantıları ile okurun tasarımcı hakkında detaylı bilgi sahibi olmasına olanak sağlanmaktadır. Dünya’da çok sayıda farklı içerikte hazırlanmış tasarım dergisi olmasına karşın, ülkemizde içeriği, tasarımı ve sürekliliği ile öne çıkan az sayıda e-dergi bulunmaktadır. Bu tez çerçevesinde yapılan uygulama çalışmasıyla, içeriği ve görsel yapısı ile tasarım alanında eksikliği görülen elektronik yayınların artması amacıyla kaynak oluşturması hedeflenmektedir.

Araştırma kapsamında görsel sanatlar ve grafik tasarım alanlarında incelenen e-dergilerin çoğunlukla Flash ve PDF teknolojisiyle tasarlandığı, Flash dergilerin sayısı çokluğu görülmektedir. PDF teknolojisinin gelişen özellikleri, kullanıcı etkileşimine olanak sağlayan yapısı ve küçük dosya boyutuna karşın, Flash ile hazırlanan e-dergiler görsel gücüyle etkisini hissettirmektedir. Bu sebeple tez kapsamında yapılan uygulama çalışması Flash programı kullanılarak tasarlanmıştır.

İncelenen örneklerde birkaçı hariç e-dergilerin çoğunun, elektronik ortama ait özellikleri yeterince taşımadığı fark edilmektedir. Belge boyutunu arttırması, teknik sorunları beraberinde getirmesi sebebiyle hareketli görüntü, arka plan müziği ve video nadiren kullanılan çoklu ortam özelliklerindedir. Elektronik yayınların en önemli parçası olan “etkileşim”, sayfalarda düğme, menü ve web bağlantılarında kullanılmaktadır. Bunların dışında üst üste bindirilen veya tüm sayfayı kaplayan görüntülerin durağan görüntü kullanımına sıklıkla rastlanmaktadır. Bu sebeple uygulama çalışmasında elektronik ortamın da gerekliliği olan çoklu ortam öğeleri aşırıya kaçmadan, ilgili yerlerde kullanılmıştır.

Birçok e-dergide karşılaşılan, okurların sayfa köşelerinden tutarak çevirdiği “sayfa çevirme (flip page)” uygulaması, özel bilgisayar programcılığı gerektiren çarpıcı bir tekniktir. Okura, sanal olarak basılı bir yayını inceliyormuş psikolojisini yaşatmak amacıyla düşünülen bu uygulama, teknolojisi gereği derginin tasarımına da bazı sınırlılıklar getirmektedir. Son dönemde çoğu e-dergilerde kullanılan, tüketilmiş bir etkileşim biçimi olan “sayfa çevirme” uygulaması tez çalışmasında kullanılmamıştır.

Araştırılan e-dergilerde, metinlerin sıklıkla sayfayı kaplayan görsellerin üzerine yerleştirildiği, bunun da okunurluk sorunlarına neden olduğu gözlemlenmiştir. Bu sorun, görüntü üzerine açılan yarı şeffaf renkli kutular üzerine yerleştirilen metinler ile zaman zaman giderilebilmektedir. Fakat bir görüntünün üzerine yazılan yazının, açılan renkli kutucukların çalışmasının görsel etkisini öldürdüğü, sayfa tasarımında sınırlı alanlar yarattığı düşünülmektedir. Çoğu e-dergi metni için seçilen piksel tabanlı yazı karakterlerinin, özellikle koyu renk zeminlerdeki kullanımlarında okunurluk sorunlarına sahip olduğu gözlemlenmiştir. İçeriğin okura kolay iletiminde seçilen yazı karakterinin, renginin ve bulunduğu arka planın önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

5.1 UYGULAMA ÇALIŞMASI

Bu tez çerçevesinde oluşturulan e-dergi uygulamasının içeriğini; ulusal/uluslararası tasarım sergileri, yarışma ve etkinlik haberleri, röportaj ve inceleme yazıları, çalışma seçkisi ve kitap, dergi, dvd gibi yayınların tanıtımları oluşturmaktadır. Derginin tasarım temeli ise; elektronik ortama özel teknolojilere sahip, yalın, işlevsel, kolay kullanılabilir ve sürdürülebilir bir uygulama olmasıdır. Sayfadaki metin, görsel ve düğmelerin yerleştirilmesinde öğelerin kullanıcı tarafından rahatça algılanması, kolaylıkla okunmasına öncelik verilmektedir.

Derginin içeriği oluşturulurken Dünya'dan ve Türkiye'den grafik tasarım alanındaki yayınlar taranarak bu dergi ve web sitelerinden veriler toplanmıştır. Yarışma, etkinlik ve projelerde dünyadan tasarım haberlerinin derlenmesine, röportaj, makale, tasarım seçkilerinde özellikle yurtdışı/yurtiçinde başarılarla imza atmış genç Türk görsel iletişim ve grafik tasarımcılarına ağırlık verilmiştir. Böylece ülkemizdeki tasarım alanındaki yayın azlığı da göz önünde bulundurularak, akademisyen, öğrenci, tasarımcılarda oluşan hedef kitlesine sunulmak üzere bir e-dergi önerisi getirilmiştir.

5.2 UYGULAMANIN GÖRSEL KİMLİK AÇISINDAN İNCELENMESİ

5.2.1 Biçim, Logo, Kapak

Çalışma günümüz bilgisayar kullanıcılarının en çok tercih ettiği 1024x768 dpi ekran çözünürlüğüne göre hazırlanmıştır (Bkz. 209. Görüntü). Kullanıcının bilgisayar ekranında açık olan diğer uygulamalarca dikkatinin dağılmasını engellemek amacıyla çalışma tam ekranı kaplayan yatay dikdörtgen biçiminde tasarlanmıştır. Derginin genel biçimi için seçilen bu yapı, ekranda takip edilen bir yayın için en uygun görüntülenme geometrisi olması sebebiyle tercih edilmiştir.

Dergi logosunun belirlediği giriş animasyonunun ardından kapak görüntüsü yüklenmektedir. Derginin kapak tasarımı için, incelenen diğer dergilerde kullanılmayan bir yöntem uygulanmış, çoklu ortam öğelerinin etkin olarak kullanıldığı bir kapak tasarımı yapılmıştır. Konu başlıklarından zemindeki görsellerin bir kısmına hareketli görüntülerin kullanıldığı kapak, dergi içeriği hakkında kısa bilgiler de taşımaktadır.

Derginin adı, grafik sözcüğüne gönderme yapacak biçimde "graf" sözcüğü olarak seçilmiş, yapılan anket çalışmasında ise dergi adının derginin içeriği ile ilgili olarak fikir verdiği belirlenmiştir. Derginin logosunda elektronik ortam için tasarlanan bir dergi olması sebebiyle modern ve teknolojik detaylara sahip yazı karakteri olan *Absolut Pro* kullanılmıştır. Logo, yazı formuyla uyumlu, düşünce, hareket gibi kavramları çağrıştıran dairesel formlardan oluşan soyut grafik sembol ile desteklenmiş, yapılan farklı tasarımlar sonucunda bugünkü biçimini almıştır (Bkz. 201. Görüntü).

Absolut Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



201. Görüntü: "graf" dergisi logosunda kullanılan yazı karakteri, logotype ön çalışmaları ve logonun son haline ait görüntüler.

5.2.2 Sayfa Tasarımı

Uygulama çalışmasının, ekrandan takip edilecek bir yayın olması sebebiyle seçilecek yazı karakterinin okunurluğu zorlaştırmamasına dikkat edilmiştir. Tırnaklı, tırnaksız ve piksel tabanlı birçok farklı yazı tipi, farklı uzunluktaki metinler üzerinde uygulanarak, okunurluk denemeleri yapılmıştır. Bu anlamda farklı büyüklük değerlerinde rahatça okunabilen iki temel yazı karakteri belirlenmiştir. Derginin genel metin düzenlemeleri ve konu başlıkları için *Neo Tech Std* yazı karakteri, bazı özel başlıklar, yönlendirme

düğmeleri ve menüler gibi etkileşimli öğeler için *Myriad Pro* yazı karakteri tercih edilmiştir (Bkz. 202. Görüntü).

Neo Tech

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&'()*+,-./0123456789:;<=>?

Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&'()*+,-./0123456789:;<=>?

202. Görüntü: Dergi metni ve başlıklarda kullanılan yazı karakteri görüntüleri.

Rahat okunabilirlik amacıyla *Neo Tech Std* yazı karakteri, gövde metinlere 13 pt., konu başlıklarına ise 30pt büyüklüğünde uygulanmıştır. Ekranaya yönelik çalışmalarda ekran ışığının harflerin etrafında oluşturduğu parlama ve harf anatomilerinin birbirlerine karışması sorununun önüne geçebilmek amacıyla harf aralarına 0,5 - 1 pt arası değerlerde boşluk verilmiştir. Metnin uzunluğuna ve sütun genişliğine göre değişken satır aralığı kullanılsa da çoğunlukla 4-6 pt boşluk tercih edilmiştir.

Yazı karakterinin kalın, eğik gibi farklı biçimleri, ekrana yönelik tasarımlarda, zaman zaman görüntülenme sorunlarına neden olmaktadır. Bu sebeple metin gruplarının hiyerarşisinde, öne çıkması gereken kelime gruplarında yazı ölçüsündeki farklılıklardan ve renk ögesinden yararlanılmıştır. Ayrıca bazı metinlerde özel vurgu gerektiren kısımlarda başlık ve gövde metni için farklı yazı karakterleri tercih edilerek, cümlelerin vurgusunda, zeminde kullanılan renkli bantlar ile sağlanmıştır (Bkz. 203. Görüntü).



203. Görüntü: Derya Öztürk röportajına ait metinler içerisinde denenmiş özel vurgulama görüntüleri.

Metinlerin tümü, sola hizalı olarak düzenlenerek, uzun metinlerde okur gözünün cümle sonundan bir alt satıra geçişine kolaylık getirilmiştir. Sütun genişlikleri, okurun satır başına ortalama 10-12 kelime algılayabileceği şekilde belirlenmiştir.

Sayfa tasarımında yazı, görüntü, menü, düğme gibi öğelerin birbirinin etkisini sınırlamayacak biçimde düzenlemesine ve boşluk kullanımına özen gösterilmiştir. Dergi sayfaları tek parça gibi algılanmasına karşın 2 ve 3'lü sütun yapısında, ekrandan takip edilen bir yayın olması sebebiyle akışın yukarıdan aşağıya doğru olduğu bir tasarım benimsenmiştir. Sütunların yerleşiminde, öncelikle bilginin fark edilerek okunduğu, sonrasında görüntülerin izlenebildiği bir düzenleme biçimi tüm sayfalara uygulanmıştır. Sayfada tekrar eden bölüm başlıkları ve alt konu başlıkları sağ üst köşede okurun dikkatini çekerek faresiyle kolayca ulaşabileceği bir noktada kullanılmıştır.

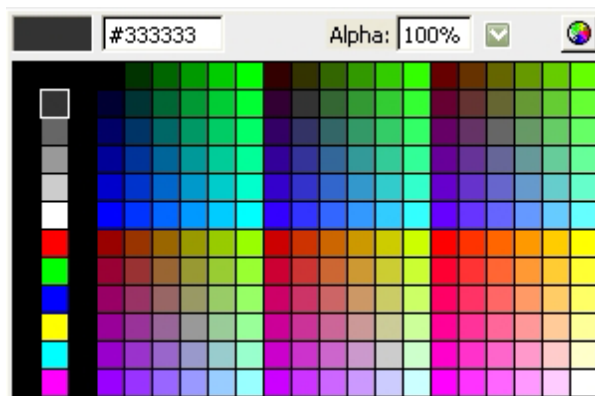
Dergide sabit konumda bulunan ve her yenilenen sayfada görüntülünen düğme, menü gibi etkileşimli öğelerin bir arada ve aynı yerde sabit olarak bulunmasına derginin kullanılabilirliği amacıyla karar verilmiştir. Sayfanın üzerinde, altında farklı formlarda bir çok kez denenmiş menü, son olarak sayfaların altında koyu renk dokulu zeminde açık renk yazı yerleşimli son halini almıştır (Bkz. 204. Görüntü). Sayfa numaraları, sayfaların dış kenarlarına yakın, sayfadaki diğer öğelerin önüne geçmeden boşluk içerisinde dikkat çekecek biçimde konumlandırılmıştır.



204. Görüntü: "graf" dergisi ana menü denemelerinden görüntüler.

5.2.4 Renk

Genel olarak uygulamanın renk şemasını siyah, beyaz, gri ve kırmızı renkleri içermektedir. Kullanılan renklerde ekrana yönelik olarak hazırlanan birçok sayıda kullanılan ve renk isimlerine karşılık gelen özel kodların verildiği web renklerinden (HTML/Web Colors) yararlanılmıştır (Bkz. 205. Görüntü). Çalışmanın tüm sayfalarında, sunulan görsel ve metinlerin okur tarafından rahatça algılanabilmesi amacıyla hafif kirliliğe sahip beyaz (#FFFFFF) renk ağırlıklı zeminler kullanılmıştır.



205. Görüntü: "graf" dergisinde kullanılan web renkleri (HTML/Web Colors) görüntüsü.

Ekran ışığının olumsuz etkisini en aza indirebilmek için açık renk zeminlerde koyu renk yazı kullanımıyla okunurluğun artırılması hedeflenmiş, metinlerin tümünde siyah (#000000) ve koyu gri (#333333) renk tercih edilmiştir. Başlıklarda, hareketli düğme ve etkileşimli öğelerde dikkat çekme amacıyla kırmızı (#CC0000) renk kullanılmıştır. Etkileşimli düğmeler, sayfa numaraları, sayfa altı menüsü kullanıcının imleci ile etkileşime geçtiğinde renk değiştirerek aktif olduğu bilgisini de iletmektedir.

5.2.5 Görüntü

Çalışmaya başlamadan önce kullanılacak tüm görsellerin görüntü nitelikleri, çözünürlükleri ve belge dosya biçimleri Adobe Photoshop programında düzenlenerek ön hazırlıklar yapılmıştır. Farklı görüntü ayarlarına sahip görsellerin ışık, karışıklık ayarları derginin renk ve ışık dengesine uyacak biçimde yeniden düzenlenmiştir. Kullanılan fotoğraf, resimleme gibi görsellerin yüksek görüntü kalitesine sahip, fakat düşük belge boyutunda olmasına dikkat edilmiştir. Flash programında tasarlanan dergideki görsellerin hızlı yüklenebilmesi amacıyla 72 dpi çözünürlükte ve “.jpg” belge biçiminde hazırlanan durağan görüntülerin boyutlandırmaları yapılmıştır. Arka zemini olmadan kullanılması gereken vektörel görüntülerde ise Adobe Illustrator programından yararlanılmıştır.

Görüntülerin yazı ile birlikte sunulduğu sayfalarda birbirlerine göre 70-80 piksel ara boşluklar bırakılarak, görüntü ve yazının ayrı ayrı rahatça algılanması sağlanmıştır. Açık renk ağırlıklı görüntülerin arka plan rengine kaynaşmasını engellemek için zeminde daha koyu bir alan belirlenerek görüntüler öne çıkarılmıştır.

Hareketli görüntü kullanımlarında video ve animasyonlardan yararlanılmıştır. Görüntü geçişleri, başlıkların belirmesi, web bağlantı düğmeleri gibi dikkat çekici bazı öğelerde abartıdan uzak sayfaya dinamizm katacağı düşünülen hareketli görüntüler tasarlanmıştır. Örneğin web bağlantılarında gri tonlarında renk değiştiren halkalar ile kullanıcının dikkatinin çekilmesi hedeflenmiş, kırmızı ok ile “buraya tıkla” komutu vurgulanmıştır.

Kullanılan video görüntülerin hepsi Flash formatında rahatlıkla oynayabilmesi için önceden “.FLV (Flash Video)”e dönüştürülmüş, belge boyutunun büyümesini engellemek amacıyla bağlantılı olarak belgeye çağrılmıştır. Videoların oynat/durdur, ileri/geri ve ses gibi denetim tuşları kullanıcının görüntü üzerine imleciyle yaklaşınca

belireceği, uzaklaşınca kaybolacağı biçimde düzenlenmiştir. Böylece video'nun tüm denetimi kullanıcıya bırakılarak, etkileşimli bir yapıya kavuşturulmuştur.

5.2.6 Ses, Müzik

Dergi arka planında çalan müziğin okurun dikkatini dağıtmamasının yanı sıra ağır ritmlere sahip, sıkıcı bir parça olmamasına da dikkat edilmiştir. Teknolojik bir yayının incelendiği fikrini destekleyecek öğeler içeren, söz içermeyen hareketli bir müzik kullanılmıştır. Müziğin denetimi, sayfanın altındaki ses aç/kapat düğmesi ile okura bırakılmıştır.

Kullanıcı video çerçevesiyle etkileşime geçtiğinde, ses ayarı menüsü şeffaf biçimde belirir (Bkz. 206. Görüntü). Böylece sert bir bant olarak sürekli gözü rahatsız etmeden gerektiğinde kullanılabilir bir ses denetim dizgesi uygulanmıştır.



206. Görüntü: “graf” dergisinde video denetim sistemi görüntüsü.

5.2.7 Dolaşım - Etkileşim - İşlev

Çalışmada okur, fareyle tıklayarak, dergiyi istediği zaman açıp kapatabilmekte, sayfalar arasında gezinebilmekte, video ve sesleri durdurup, yeniden başlatarak sayfa içindeki birçok ögenin denetimini elinde tutmaktadır. İncelenen birçok dergide makale veya röportaj metinlerinin basılı dergilerde olduğu gibi sayfalarca yer kapladığı gözlemlenmiştir. Oysaki okur elektronik ortama özel biçimlerle istediği kadar bilgiye rahatlıkla ulaşabilmektedir. Bu sebeple uygulamakta uzun metinler için “sarılan metin

(scroll text)” kullanılmış, kullanıcının yukarı/aşağı düğmeleri ile etkileşime geçmesi ve gereken kadar bilgiye ulaşması sağlanmıştır.

Dergi sayfasındaki diğer etkileşimli öğeler düğmeler, menüler ve web bağlantılarında kullanılan hareketli görüntü öğeleri, renk değişiklikleri gibi küçük görsel ipuçları ile kullanıcıya etkileşime geçtiği hissettirilmektedir. Kullanıcının düğmeleri sınıflandırabilmesi amacıyla bağlantı ve düğmeler için ortak bir tasarım dili kullanılmıştır. Derginin genel dolaşım düğmeleri için ses, mektup gibi küçük görseller metinler ile bir arada kullanılarak, anlamca kuvvetlendirilmesi hedeflenmiştir. Kullanılan tüm düğme ve menülerin açılan her sayfada aynı yerde bulunmasına özellikle dikkat edilmiştir.

Sağ ve sol sayfa numaraları, dergi içerisinde ileri/geri yönde dolaşım sağlayan düğmelerdir. Kullanıcı üzerine gelince renk değiştirerek uyarmakta, bastığında ise bir sonraki/önceki sayfaya geçilmektedir. Aynı amaçla tasarlanan ve her sayfanın altında beliren sayılardan oluşan gri bant, yüksek etkileşim içeren bir menüdür. Kullanıcı gitmek istediği sayfa numarasının üzerine geldiğinde, kırmızı renkli bir bant ile ilgili sayfa vurgulanırken, açılacak sayfanın küçük bir ön izleme görüntüsü de belirerek ön fikir vermektedir (Bkz. 207. Görüntü).



207. Görüntü: “graf” dergisine ait önizleme seçenekli alt menü görüntüsü.

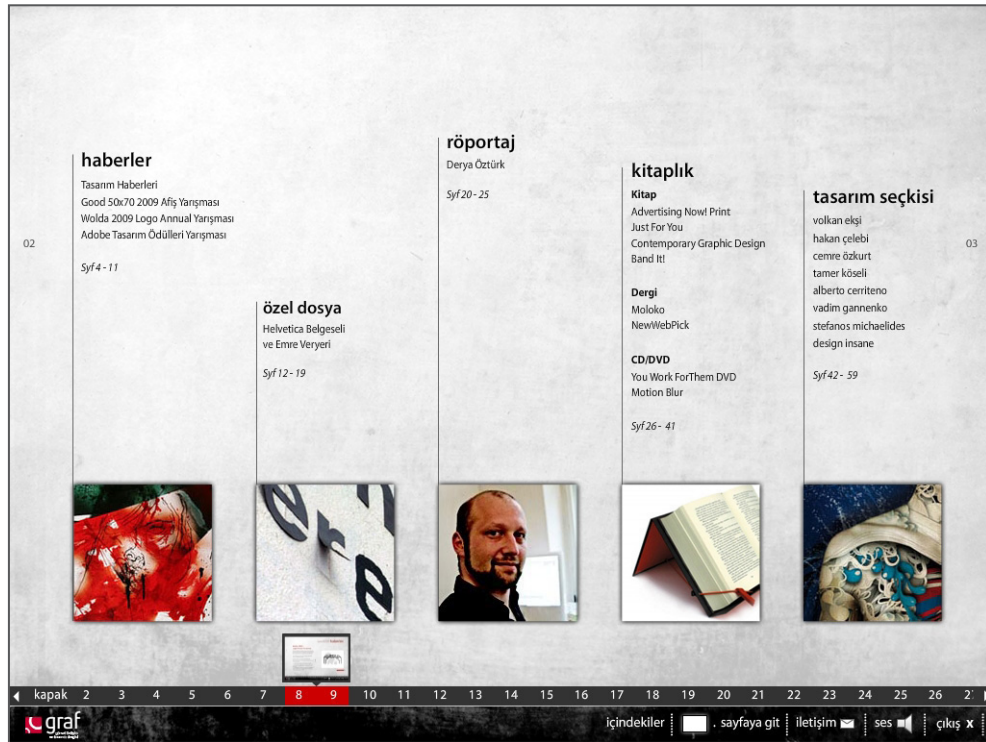
Sayfalarda durağan görüntülerin üzerine gelindiğinde görüntü hakkında detaylı bilgi kullanıcının imlecinin hemen yanında kendiliğinden açılan kırmızı bant şerit içerisinde yer almaktadır. Böylece kullanıcının istediği bilgiye -etkileşime geçerek- ulaşması sağlanmaktadır.

5.3 UYGULAMA ÇALIŞMASI SAYFA GÖRÜNTÜLERİ

“graf” görsel iletişim ve tasarım dergisi uygulama çalışmasının içeriğini oluşturan temel bölümler haberler, özel dosya (Helvetica Projesi ve Emre Veryeri), röportaj (Derya Öztürk), tasarım seçkisi, kitaplık (kitap, dergi dvd tanıtımı) başlıkları altında toplanmıştır. 1024 x768 piksel boyutunda tam ekran olarak görüntülenen dergi ön ve arka kapak dahil 60 sayfa olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın ilgili bölümlerine ait seçilen sayfa görüntülerinin oranlı küçültülmüş biçimleri aşağıdaki gibidir (208.- 230. Görüntü):



208. Görüntü: “graf” e-dergi kapak sayfası görüntüsü.



209. Görüntü: "graf" e-dergi içindekiler sayfası görüntüsü.



210. Görüntü: "graf" e-dergi haberler sayfasından görüntü 1.

Good 50x70 2009
Wolda 2009 Logo Annual Yarışması
Adobe Tasarım Ödülleri Yarışması

haberler

Good 50x70 Yarışması 2009

06 Bu yıl 50 x 70 yarışmasına katılmak şartlarını kolaylaştırmak için, tasarımcılar için amaç ve hayır katıldığınız için, daha geniş bir düzeyde. Öncelikle, tüm afiş ve veritabanına girilmiş onları istediği herhangi bir yardım açık olacaktır. Daha da önemlisi 2009 için, Good 50x70 (yarışma, atölye çalışmaları bir şehir geniş olarak, sergiler) tüm etkinlikler düzenlemek olacaktır. Bu afişler bu şehirde görüntülenir ve umarım yerel toplum üzerinde gerçek bir etkisi olacak ve hayır için bir şey olumlu ve somut üretmek bir şehirde yerel hayır, yerel okul ve yerel tasarımcıları ile çalışıyor.

Aynı şekilde, organizatörler, şu anda birlikte İyi Amsterdam, hangi umarım Mart ayında başlayacağı son dokunamaz koyarak vardır. Ancak bu girişimin güzelliği bu dünyanın her yerinden, her düzeyde iş olabilir. This year's edition aims to make Good 50x70 easier to participate in, for designers and for participating charities, on a wider level. Firstly, the database of all the posters entered will be open to any charity that wants them. More importantly for 2009, Good

07



www.good50x70.org

graf

İçindekiler . sayfaya git iletişim ses çıkış x

211. Görüntü: "graf" e-dergi haberler sayfasından görüntü 2.

Good 50x70 2009
Wolda 2009 Logo Annual Yarışması
Adobe Tasarım Ödülleri Yarışması

haberler

Wolda 2009 Logo Annual Yarışması

08 Dünya çapında en başarılı logo ve trademark tasarımlarının ödüllendirildiği yüksek profilli grafik tasarım yarışması Wolda, 2008 ve 2009 yıllarında tasarlanmış logolar için düzenlediği yarışmaya start verdi. Eulda'nın (European Logo Design Annual) uluslararası alanda kazandığı başarının ardından, dünya çapında "Wolda" adıyla düzenlenmeye başlanan bu seçkin yarışmanın amacı görsel iletişim alanında başarıyı teşvik etmek ve ödüllendirilen katılımcılar için dünya çapında bir ün yaratarak bu alandaki tutkularını parlak bir kariyerin başlangıcına dönüştürmek.

Başvurular için teslim tarihleri:

- * 2008 tarihli logolar için 30 Haziran 2009
- * 2009 tarihli logolar için 31 Ocak 2010

İlk olarak İcograda tarafından seçilen on tasarım profesyonelinden oluşan jürinin değerlendireceği adaylar daha sonra, Aquent tarafından seçilen ve önde gelen

09



www.wolda.com

graf

İçindekiler . sayfaya git iletişim ses çıkış x

212. Görüntü: "graf" e-dergi haberler sayfasından görüntü 3.

Good 50x70 2009
Wolda 2009 Logo Annual Yarışması
Adobe Tasarım Ödülleri Yarışması

haberler

Adobe Tasarım Ödülleri Yarışması

10 Bu yıl dokuzuncu kez düzenlenen Adobe Tasarım Başarı Ödülleri'ne (ADAR) başvurular başladı. Grafik tasarım, fotoğraf, animasyon, dijital film yapımı gibi alanlarda, 18 yaşından büyük ve tam zamanlı öğrenci olma şartının arandığı yarışmaya aralarında ABD, Kanada, İngiltere, Fransa, İtalya, Almanya, İspanya, Hollanda, Japonya, Avustralya, Çin, Rusya, Malezya ve Türkiye'nin bulunduğu toplam 40 ülkeden adaylar katılabilecek.

11 Uluslararası Grafik Tasarım Dernekleri Konseyi'nin (Icograda) işbirliğiyle düzenlenen yarışmanın ödül töreni Ekim 2009 tarihinde Pekin'deki Icograda Dünya Tasarım Kongresi'nde yapılacak. Kongre tüm dünyadan gelecek 2.500 delegeyi "Çin Ulusal Toplantı Merkezi"nde bir araya getirecek.

ADAR'ya 3 ayrı kategoride başvuru yapılabilecek. Bunlar;

- Etkileşimli Ortam: Tarayıcı Tabanlı Tasarım, Tarayıcı Tabanlı Olmayan Tasarım, Uygulama Geliştirme, Kurulum Tasarımı ve

<http://adoentry.com>

graf

İçindekiler | sayfaya git | iletişim | ses | çıkış X

213. Görüntü: "graf" e-dergi haberler sayfasından görüntü 4.

HELVETICA

50. yaşında

12 Uzmanlar tarafından tüm zamanların en iyi yazı karakteri seçilen ve bu yıl elliinci yaşını kutlayan Helvetica, yönetmen Gary Hustwit tarafından, her gün binlerce sözcüğün bizi nasıl etkilediğini gösteren bir belgesel konu oldu. Helvetica filmi, bir yazı karakteri hakkında ve dolayısıyla grafik tasarım hakkında yapılmış, gösterime giren ilk uzun metrajlı belgesel. Farkında olmadan hayata bulaşımızı ve algımızı etkileyen bu yazı karakteri Helvetica is a feature-length independent film about typography, graphic design and global visual culture. It looks at the proliferation of one typeface (which celebrated its 50th birthday in 2007) as part of a larger conversation about the way type affects our lives. The film is an exploration of urban spaces in major cities and the type that inhabits them, and a fluid discussion with renowned designers about their work, the creative process, and the choices and aesthetics behind their use of type.

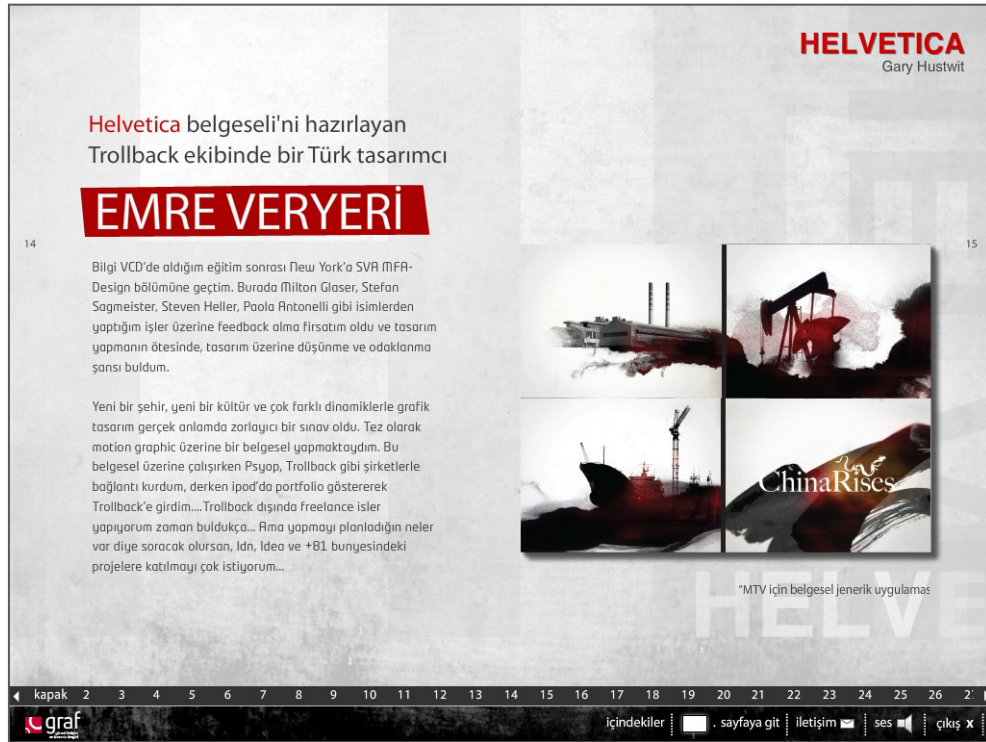
13 Helvetica encompasses the worlds of design, advertising,

Helvetica: Experimental Jetset

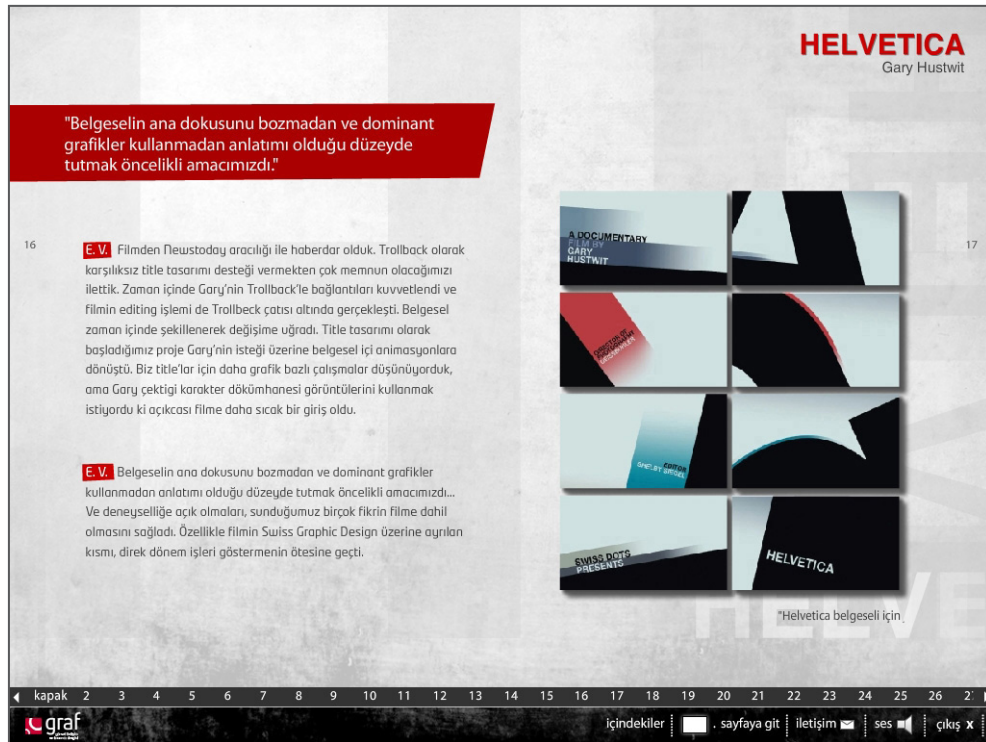
graf

İçindekiler | sayfaya git | iletişim | ses | çıkış X

214. Görüntü: "graf" e-dergi, "Helvetica ve Emre Ververi" bölümü sayfa görüntüsü 1.



215. Görüntü: "graf" e-dergi, "Helvetica ve Emre Veryeri" bölümü sayfa görüntüsü 2.



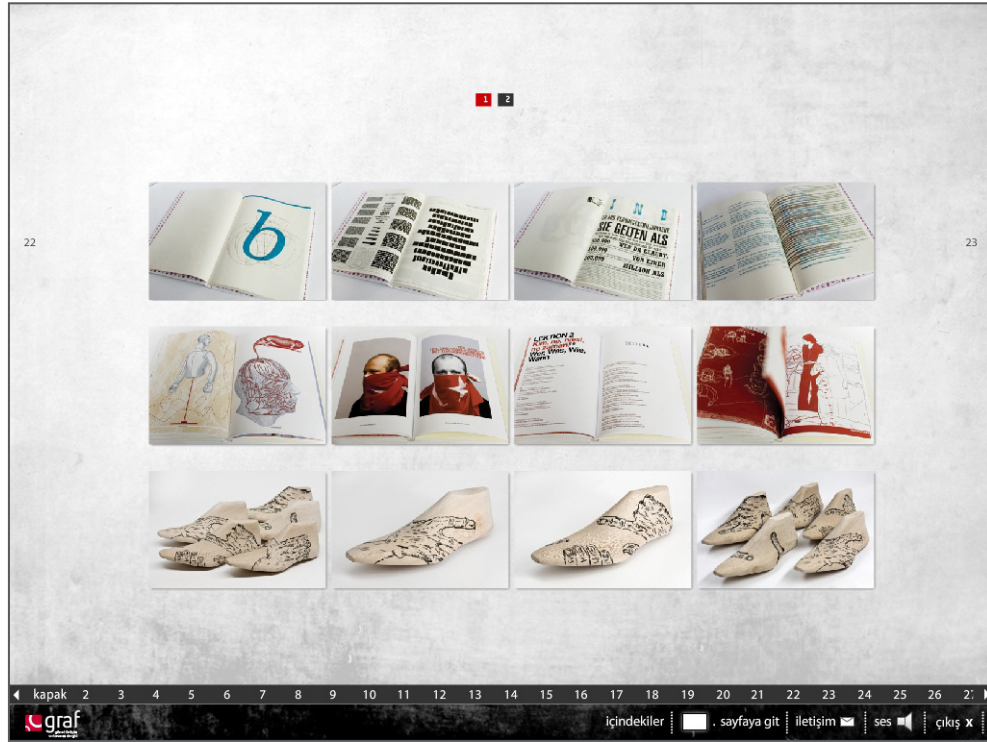
216. Görüntü: "graf" e-dergi, "Helvetica ve Emre Veryeri" bölümü sayfa görüntüsü 3.



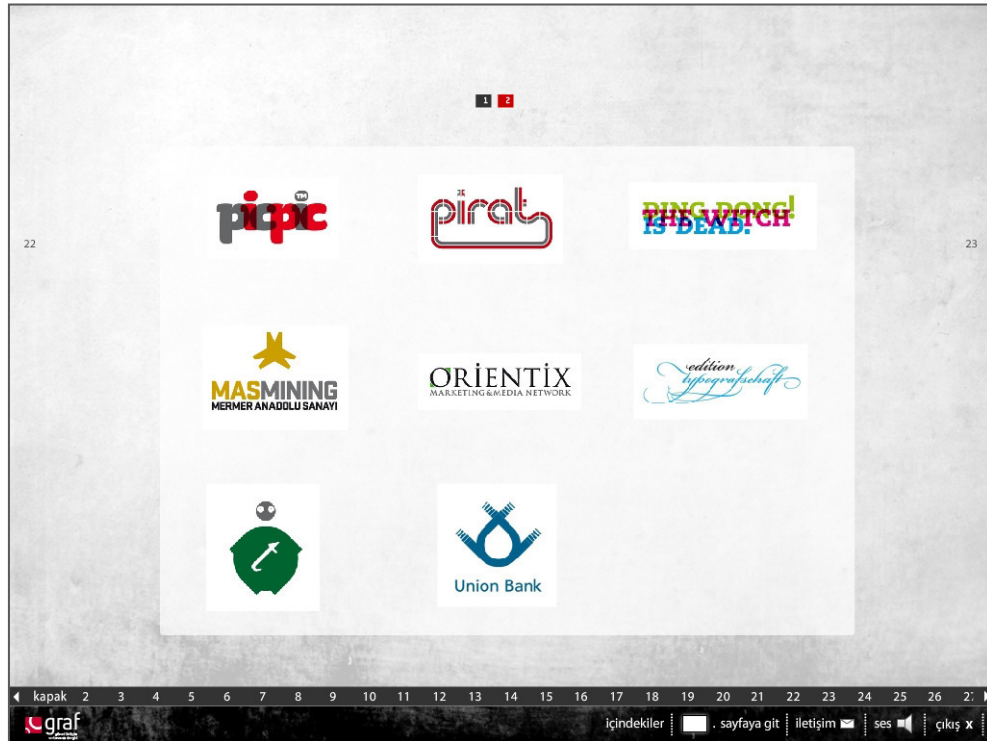
217. Görüntü: "graf" e-dergi, "Helvetica ve Emre Ververi" bölümü sayfa görüntüsü 4.



218. Görüntü: "graf" e-dergi, Derya Öztürk ile röportaj sayfa görüntüsü 1.



219. Görüntü: “graf” e-dergi, Derya Öztürk ile röportaj sayfa görüntüsü 2.



220. Görüntü: “graf” e-dergi, Derya Öztürk ile röportaj sayfa görüntüsü 3.

Kitap Dergi CD/DVD **kitaplık**

26



Advertising Now! Print

Wiedemann, Julius (Editör)
19.6 x 24.9 cm., 640 sayfa
ISBN: 978-3-8228-4027-6
İngilizce, Almanca, Fransızca

29.99 € [satin al](#)

Dünya reklam ve pazarlama sektörünün en parlak fikir ve kampanyalarının yer aldığı kitap basılı ortamda sergilenen farklı alanlara ait çalışma örneklerini içermekte. Dünyanın en keskin yaratıcı beyinler reklam dünya yüksek talep vardır satmak sanat. Günümüzün en etkili ve özgün reklamlar, çünkü yapmak etkili reklamlar çok daha adil pazarlama fazla bilgi alır nasıl. funny, touching, or even shocking way. Because ads



27


graf

İçindekiler . sayfaya git iletişim ses çıkış X

221. Görüntü: "graf" e-dergi, kitaplık bölümü, kitap tanıtım sayfası görüntüsü 1.

Kitap Dergi CD/DVD **kitaplık**

28




Just For You

Fiell, Charlotte & Peter (ED)
21 x 25 cm., 300 sayfa
ISBN: 978-84-96774-83-4
İngilizce

39 € [satin al](#)

Just for you'da dünyanın dört bir yanından tasarımcılar, illüstratörler ve sanatçıların hikayeleri, çok sayıda eserlerine yer verilmektedir.

Kitapta "Seni Seviyorum"un logo, afiş, graffiti, fotoğraflar kullanılarak nasıl farklı biçimlerde ifade edilebileceğine de örnekler verilmektedir.



29

graf

İçindekiler . sayfaya git iletişim ses çıkış X

222. Görüntü: "graf" e-dergi, kitaplık bölümü, kitap tanıtım sayfası görüntüsü 2.

Kitap
Dergi
CD/DVD

kitaplık

34



Moloko+
E- Dergi
<http://moloko-plus.ru>

Moloko + Dergisi bağımsız bir çevrimiçi proje çağdaş görsel sanat ve tür çeşitliliği ile ilgili olduğunu. Yazarlar hedef etrafında geniş kitlesi ile dünya kendi vizyonunu paylaşmak için - tüm dünyada çağdaş illüstratörler ve fotoğrafçıların eserleri yayıncılığı. Onların duygularını paylaşmak ve ilham yolu ile ilgili arama, ve derin bir duygu ve tutku ve karşını farklı stilleri ve teknikleri içeren çalışmalarını destekliyor. Moloko + Dergisi Rusça ve İngilizce olarak Nisan 2007 yılından beri yayımlanan edilmiştir.

35



Jan Kalwejt
E- Dergi
www.jan-kalwejt.com

Jan Kalwejt is freelance graphic designer and illustrator currently based in Warsaw. He has worked with clients from across Europe, America and Africa. For six years he has worked with agencies in Warsaw and London. Currently, Jan focuses on illustration, apparel design and personal art projects.

◀ kapak 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 ▶

graf


içindekiler | sayfaya git | iletişim | ses | çıkış X

223. Görüntü: "graf" e-dergi, kitaplık bölümü, dergi tanıtım sayfası görüntüsü 1.

Kitap
Dergi
CD/DVD

kitaplık


36



NewWebPick
E- Dergi
www.newwebpick.com

NewWebPick 2004 yılından itibaren iki oyda bir olarak yayınlanan interaktif bir magazin dergisi, bir e-dergi.Altına sayısını çıkartan dergi bir anlamda fanzin kültürünün web ortamına taşınmış hali.Derginin her sayısı ortalama 2.000.000+ kullanıcı tarafından indiriliyor ve 1.200.000 internet okuyucusunun takibinde... Derginin içinde Yeni Medya / Dijital Sanat / 3D Projeler / İllüstrasyonlar / Başarılı Web Siteleri / Grafik Tasarım / Fotoğraf ve benzeri modern artistik çalışmalar bulunmaktadır.

37



NewWebPick
E- Dergi
www.newwebpick.com

NewWebPick 2004 yılından itibaren iki oyda bir olarak yayınlanan interaktif bir magazin dergisi, bir e-dergi.Altına sayısını çıkartan dergi bir anlamda fanzin kültürünün web ortamına taşınmış hali.Derginin her sayısı ortalama 2.000.000+ kullanıcı tarafından indiriliyor ve 1.200.000 internet okuyucusunun takibinde... Derginin içinde Yeni Medya / Dijital Sanat / 3D Projeler / İllüstrasyonlar / Başarılı Web Siteleri / Grafik Tasarım / Fotoğraf ve benzeri modern artistik çalışmalar bulunmaktadır.

◀ kapak 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 ▶

graf


içindekiler | sayfaya git | iletişim | ses | çıkış X

224. Görüntü: "graf" e-dergi, kitaplık bölümü, dergi tanıtım sayfası görüntüsü 2.


Kitap
Dergi
CD/DVD **kitaplık**

38

YouWorkForThem DVD Seti

39 € [satın al](#) 

YouWorkForThem DVD Koleksiyonu 5 farklı DVD'den oluşmaktadır. Shilo's Life Make It Good, Enter the Dragon, Finding Eitow and North, Noise Driven Ambient Audio and Visuals & Notes farklı tasarım alanlarından çalışmalara yer verilen DVD setinde kurumsal kimlik, ambalaj tasarımı, hareketli görüntüler, web tasarımı üzerine çok sayıda örnek bulunmaktadır.



39

22 23

graf

içindekiler . sayfaya git iletişim ses çıkış x

225. Görüntü: "graf" e-dergi, kitaplık bölümü, dvd tanıtım sayfası görüntüsü 1.

Kitap
Dergi
CD/DVD **kitaplık**

40

Motion Blur: Reprint

49 € [satın al](#) 

Motion Blur, günümüz hareketli grafiklerin dünyasından adım adım aşamalarını göstererek film, animasyon, jenerik çalışmalarına yer vermektedir.



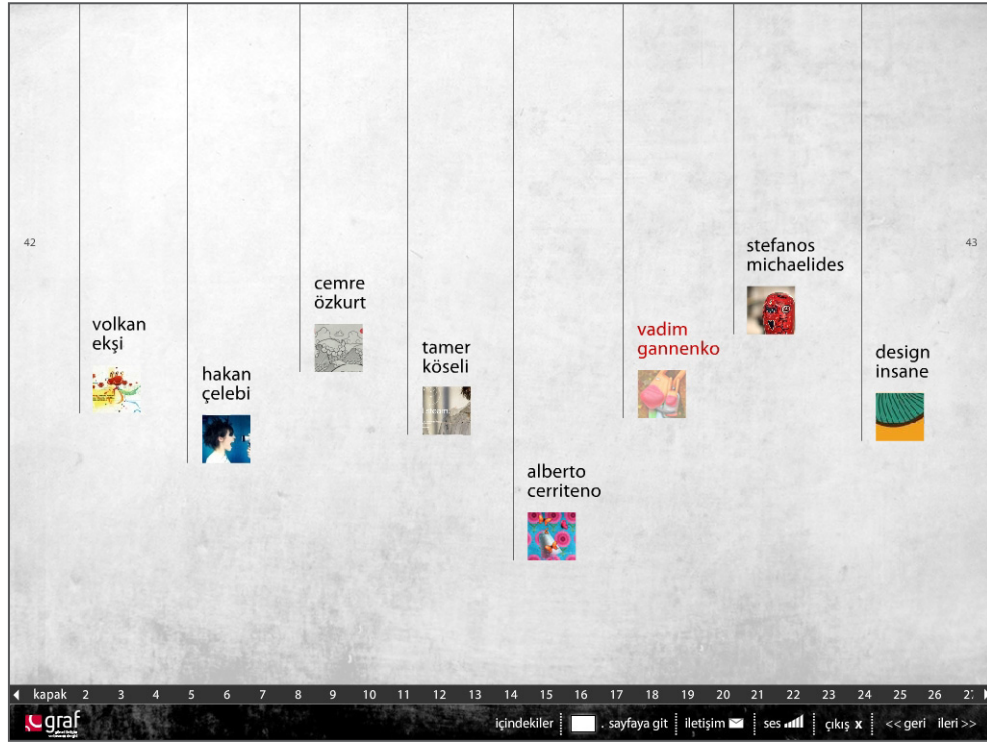
41

22 23

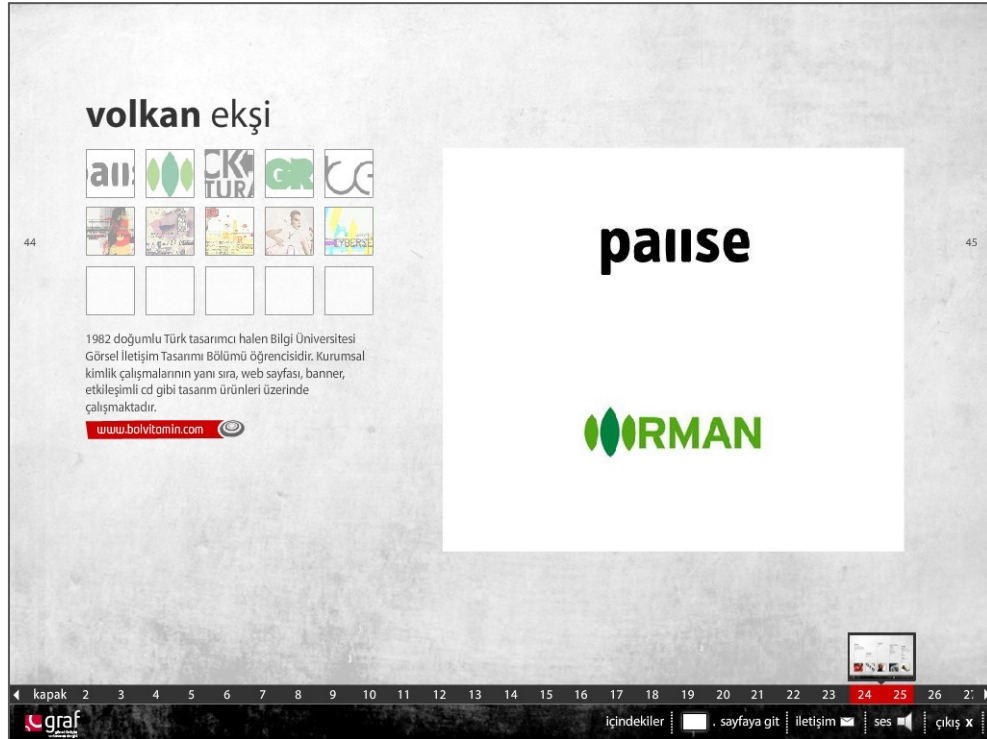
graf

içindekiler . sayfaya git iletişim ses çıkış x

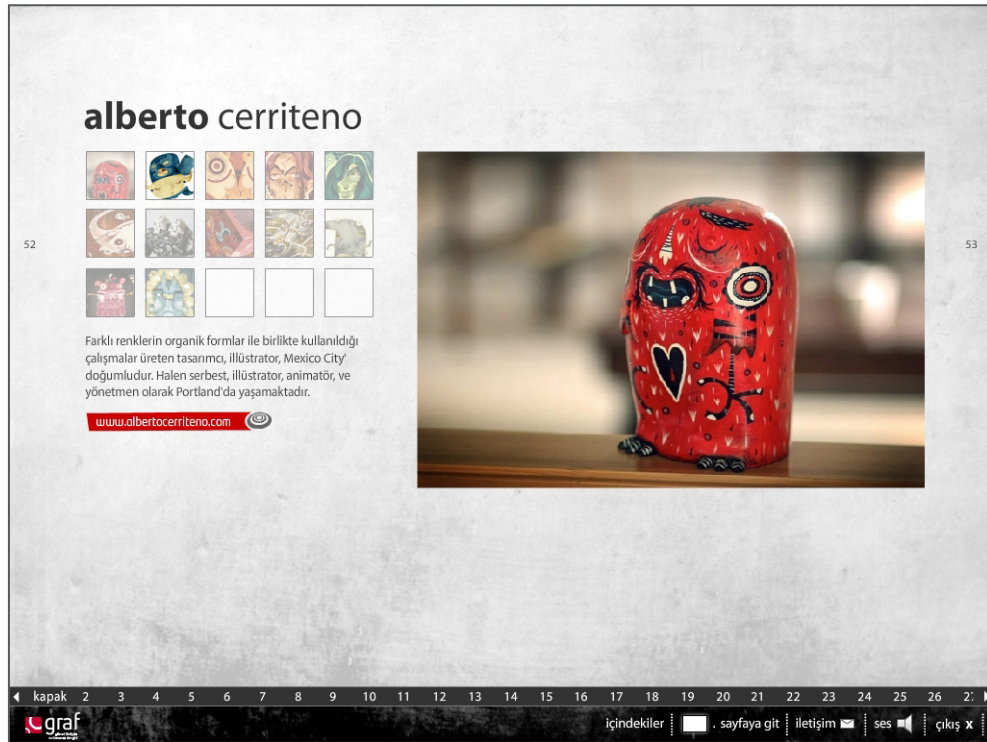
226. Görüntü: "graf" e-dergi, kitaplık bölümü, dvd tanıtım sayfası görüntüsü 2.



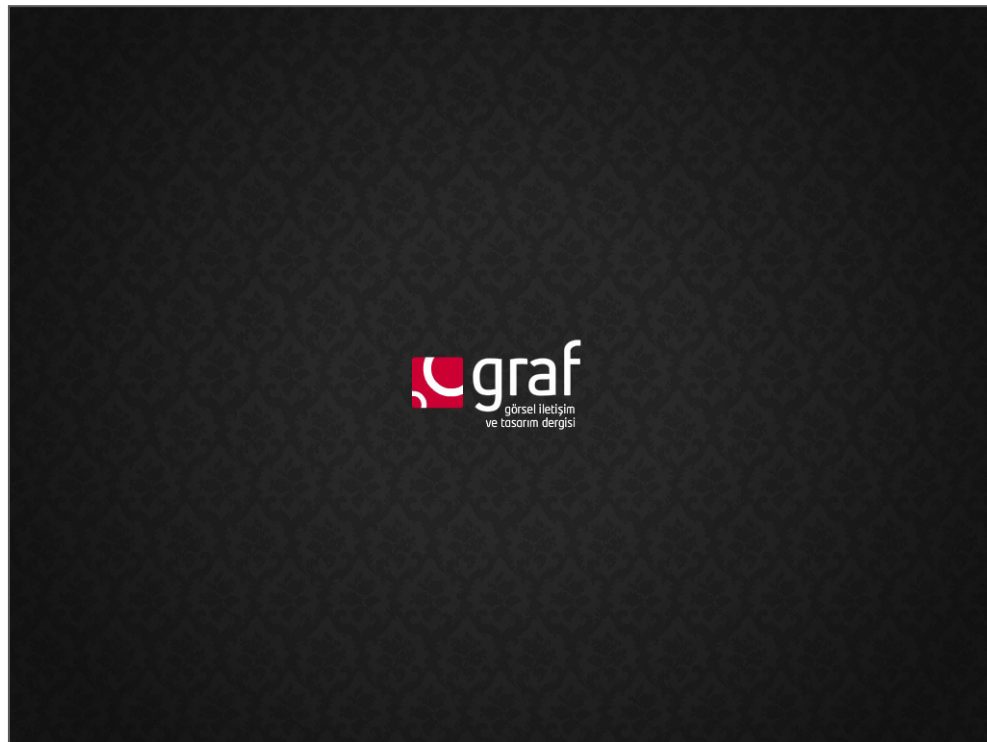
227. Görüntü: "graf" e-dergi, tasarım seçkisi bölümü giriş sayfası görüntüsü.



228. Görüntü: "graf" e-dergi, tasarım seçkisi bölümü tasarımcı sayfalarından görüntü 1.



229. Görüntü: "graf" e-dergi, tasarım seçkisi bölümü tasarımcı sayfalarından görüntü 2.



230. Görüntü: "graf" e-dergi, son sayfa görüntüsü.

5.4 UYGULAMA ÇALIŞMASI DEĞERLENDİRME SORMACASI VE SONUÇLARI

Sormaca, “Basılı ve Elektronik Grafik Tasarım Dergilerinin Görsel Kimlik Açısından Karşılaştırılması ve Bir Elektronik Tasarım Dergisi Önerisi” başlıklı Sanatta Yeterlik Tezi kapsamında yapılan “graf görsel iletişim ve tasarım dergisi” uygulama çalışmasının okunabilirlik, algılanabilirlik, kullanılabilirlik konularında değerlendirilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Siz değerli katılımcıların zaman ayırarak dolduracağı anketin sonuçları, çalışmanın gelişmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Değerli katkılarınız için teşekkür ederim.

1. Öğrenim Durumunuz:

Lise Üniversite Y.Lisans Doktora/Sanatta Yeterlik

2. Mesleğiniz:

Öğrenci Öğretim Elemanı Öğretim Üyesi Tasarımcı Diğer.....

3. Derginin ismi için seçilen graf sözcüğü derginin içeriği ile ilgili fikir vermektedir.

Kes. Katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum K. Katılıyorum

4. Genel olarak sayfalardaki metinler grafik tasarım alanında ihtiyacım olan bilgiyi karşılamaktadır.

Kes. Katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum K. Katılıyorum

5. Dergi içerik organizasyonu, okurun ilgisini çekecek biçimde tasarlanmıştır.

Kes. Katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum K. Katılıyorum

6. Yazılar ve görüntüler birbirini tamamlar niteliktedir.

Kes. Katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum K. Katılıyorum

7. Sayfalardaki içerik yeterli sayıda görüntü ile desteklenmektedir.

Kes. Katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum K. Katılıyorum

8. Sayfa içeriğini belirten bölüm başlıkları yeterince göze çarpmaktadır.

Kes. Katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum K. Katılıyorum

9. Haberler bölümündeki metinler için seçilen yazı karakteri rahatlıkla okunabilmektedir.

Kes. Katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum K. Katılıyorum

10. Aynı bölümdeki metinler için seçilen yazı karakteri modern ve teknolojik bir yapıya sahiptir.

Kes. Katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum K. Katılıyorum

11. Aynı bölümdeki metinler için seçilen yazı karakterinin büyüklüğü, okunurluk açısından yeterlidir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

12. Aynı bölümdeki metinler için seçilen metinlerin satır aralığı okunabilirlik açısından yeterlidir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

13. Tasarım Seçkisi bölümünde tasarımcı sayfalarına ait metinler için seçilen yazı karakteri rahatlıkla okunabilmektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

14. Aynı bölümdeki metinler için seçilen yazı karakterinin büyüklüğü, okunurluk açısından yeterlidir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

15. Aynı bölümdeki metinler için seçilen metinlerin satır aralığı okunabilirlik açısından yeterlidir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

16. Konu başlıkları ve vurgulanan metinler rahatlıkla okunabilmektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

17. Derginin sayfa numaraları rahatlıkla algılanabilmektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

18. Derginin genelinde çok çeşitli yazı karakteri kullanılmaması monotonluk yaratmaktadır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

19. Helvetica bölümünde olduğu gibi bazı başlıklarda kullanılan hareketli tipografik uygulamaların okunabilirliğe olumsuz etkisi yoktur.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

20. Çalışmanın bütününde tipografik tutarlılık sağlanmıştır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

21. Sayfaların bütününde kullanılan boşluklar algı ve okunabilirlik açısından yeterlidir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

22. Dergi genelinde sayfa tasarımı belli bir sürekliliğe sahiptir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

23. Vurgulamak amacıyla kırmızı renk öğesinin kullanılması etkilidir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

24. Sayfaların genelinde fazla renk kullanılmaması, görüntülerin algılanırlığını arttırmaktadır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

25. Kullanılan görsel ve metinlerin açık renk zemin üzerinde bulunması algılanırlığını arttırmaktadır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

26. Görüntülerin hareketli geçişlere sahip olması sayfaya dinamizm getirmektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

27. Sayfalardaki hareketli görüntüler ve video öğeleri yeterince ilgi çekmektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

28. Konular ile ilgili web bağlantı düğmeleri dikkat çekmektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

29. Derginin genelinde kullanılan düğmeler okurun gezinimi için yeterlidir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

30. Sayfa altındaki gezinim menüsünün görüntü ön izleme seçeneği okura kolaylık sağlamaktadır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

31. İleri/geri gezinim düğmeleri için sayfa numaralarının/sayfa kenarlarının kullanıldığı rahatlıkla algılanmaktadır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

32. Sayfalar arasında dolaşım rahatlıkla sağlanabilmektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

33. Etkileşimli öğelerin aktif olduğu kolayca algılanmaktadır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

34. Derginin yatay düzlemde tasarlanması takip edilebilirlik açısından olumlu katkılar sağlamaktadır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

35. Arka planda çalan müzik derginin izlenebilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

36. Metin akışının kullanıcı tarafından kontrol edilebildiği (scroll) alanlar kullanımı kolaylaştırmaktadır.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

37. Çalışmanın tasarım kimliği bütün sayfalarda hissedilmektedir.

() Kes. Katılmıyorum () Katılmıyorum () Kararsızım () Katılıyorum () K. Katılıyorum

38. Derginin tümü incelendiğinde ilk olarak dikkatinizi çeken öge hangisidir?

() Metinler () Başlıklar () Durağan Görüntüler () Hareketli Görüntüler () Renk

Sonuçlar

1. soruya, 50 kişinin %52'si lisans, %20'si yüksek lisans, % 28 doktora/sanatta yeterlik, olarak cevap vermiştir.

2. soruya, 50 kişinin %44'ü öğrenci, %20'si tasarımcı, % 28 öğretim üyesi, %8'i öğretim elemanı olarak cevap vermiştir.

3. soruya, 50 kişinin % 4'ü kararsızım, % 48'i katılıyorum, % 48'i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

4. soruya, 50 kişinin % 4'ü kararsızım, % 80'i katılıyorum, % 16'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

5. soruya, 50 kişinin % 4'ü kararsızım, % 48'i katılıyorum, % 48'i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

6. soruya, 50 kişinin % 8'i kararsızım, % 52'si katılıyorum, % 40'ı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

7. soruya, 50 kişinin % 8'i kararsızım, % 40'ı katılıyorum, % 52'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

8. soruya, 50 kişinin % 8'i kararsızım, % 40'ı katılıyorum, % 52'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

9. soruya, 50 kişinin % 8'i katılmıyorum, % 4'ü kararsızım, % 56'si katılıyorum, % 32'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

10. soruya, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 12'si kararsızım, % 48'i katılıyorum, % 36'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

11. soruya, 50 kişinin % 8'i katılmıyorum, % 8'i kararsızım, % 52'si katılıyorum, % 32'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

12. soruya, 50 kişinin % 8'i katılmıyorum, % 12'si kararsızım, % 52'si katılıyorum, % 28'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

13. soruya, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 12'si kararsızım, % 52'si katılıyorum, % 32'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

14. soruya, 50 kişinin % 16'sı kararsızım, % 48'i katılıyorum, % 36'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

15. soruya, 50 kişinin % 20'si kararsızım, % 44'ü katılıyorum, % 36'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

- 16. soruya**, 50 kişinin % 24'ü kararsızım, % 52'si katılıyorum, % 24'ü kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 17. soruya**, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 28'si kararsızım, % 32'si katılıyorum, % 36'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 18. soruya**, 50 kişinin % 36'sı kesinlikle katılmıyorum, % 40'ı katılmıyorum, % 12'si kararsızım, % 8'i katılıyorum, % 4'ü kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 19. soruya**, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 12'si kararsızım, % 56'si katılıyorum, % 28'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 20. soruya**, 50 kişinin % 68'si katılıyorum, % 32'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 21. soruya**, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 4'ü kararsızım, % 52'si katılıyorum, % 40'ı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 22. soruya**, 50 kişinin % 8'i kararsızım, % 44'ü katılıyorum, % 48'i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 23. soruya**, 50 kişinin % 12'si kararsızım, % 56'si katılıyorum, % 32'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 24. soruya**, 50 kişinin % 8'i katılmıyorum, % 16'sı kararsızım, % 36'sı katılıyorum, % 40'ı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 25. soruya**, 50 kişinin % 20'si kararsızım, % 32'si katılıyorum, % 48'i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 26. soruya**, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 4'ü kararsızım, % 44'ü katılıyorum, % 48'i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 27. soruya**, 50 kişinin % 8'i kararsızım, % 64'si katılıyorum, % 28'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 28. soruya**, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 24'ü kararsızım, % 36'sı katılıyorum, % 36'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 29. soruya**, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 12'si kararsızım, % 48'i katılıyorum, % 36'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 30. soruya**, 50 kişinin % 52'si katılıyorum, % 48'i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 31. soruya**, 50 kişinin % 4'ü kesinlikle katılmıyorum, % 8'i katılmıyorum, % 12'si kararsızım, % 64'si katılıyorum, % 12'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 32. soruya**, 50 kişinin % 8'i kararsızım, % 64'si katılıyorum, % 28'si kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 33. soruya**, 50 kişinin % 4'ü katılmıyorum, % 12'si kararsızım, % 48'i katılıyorum, % 36'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.
- 34. soruya**, 50 kişinin % 12'si kararsızım, % 52'si katılıyorum, % 36'sı kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

35. soruya, 50 kişinin % 32'si kesinlikle katılmıyorum, % 32'si katılmıyorum, % 16'sı kararsızım, % 12'si katılıyorum, % 8'i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

36. soruya, 50 kişinin % 8'i kararsızım, % 68'si katılıyorum, % 24'ü kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

37. soruya, 50 kişinin % 8'i katılmıyorum, % 8'i kararsızım, % 36'sı katılıyorum, % 48'i kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir.

38. soruya, 50 kişinin % 12'si kesinlikle katılmıyorum, % 8'i katılmıyorum, % 80'i katılıyorum cevabı vermiştir.

Öğretim üyesi, öğretim elemanı, tasarımcı ve öğrencilerden oluşan 50 kişilik bir gruba uygulanan bu sormacaya ait sayısal sonuçlar yukarıdaki gibidir. Bu bağlamda dergi ismi için seçilen "graf" sözcüğünün derginin içeriği ile ilgili yüksek oranda fikir verdiği, dergi içeriğinin ve içerik organizasyonunun okurun ilgisini çekecek biçimde tasarlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca dergide bulunan yazı ve görüntülerin birbirini tamamlar nitelikte olduğu, içeriğin yeterli sayıda görüntü ile desteklendiği belirlenmiştir. Sayfadaki tipografik düzenleme anlamında; başlıkların yeterince göze çarptığı, metinler için seçilen yazı karakterinin, büyüklüğünün, satır arası boşluğunun yüksek oranda yeterli olduğu fakat daha rahat okunabilirlik adına bu değerlerin arttırılmasının uygun olacağı sonucu belirlenmiştir. Sayfalar içerisinde yönlendirme görevini de üstlenen sayfa numaralarının rahat algılanmadığı ve öne çıkacak biçimde belirginleştirilmesi gerekmektedir. Sayfa genelinde kullanılan boşlukların okunurluk ve algılanabilirlik açılarından gerekli ve yeterli olduğu ve dergi genelinde sayfa tasarımının belirli bir sürekliliğe sahip olduğu belirlenmiştir.

Dergide başlıklarda kullanılan hareketli tipografik uygulamaların okunurluk üzerinde olumsuz etkisi olmadığı, hareketli sayfa geçişlerinin dergiye dinamizm getirdiği yüksek oranda kabul edilmektedir. Sayfadaki renk kullanımlarında ise; kırmızının vurgu ve belirleyicilik açısından etkili olduğu, görüntü ve metinlerin açık renk zeminde algılanırlıklarının arttığı belirlenmiştir.

Sayfalarda bulunan web bağlantı düğmesi, sayfa altı menüsü gibi dolaşımı sağlayan öğelerin dikkati çektiği ve okura kullanım kolaylığı sağladığı sonucuna ulaşılrken, sayfa numarası üzerinden sağlanan yönelimin rahat algılanmadığı ve kolay kullanılabilir olmadığı sonucu ortaya konmuştur. Derginin yatay düzlemde izlenmesinin okura takip edilebilirlik açısından kolaylık getirdiği, metin akışının kullanıcı kontrolünde olmasının kullanımı kolaylaştırdığı, arka planda çalan müziğin izlenebilirliği olumsuz etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Derginin tümü incelendiğinde ilk dikkati çeken öğeler sırasıyla

hareketli görüntüler, metinler ve başlıklar olarak cevaplanmıştır. Sormacaya katılan kişilerden alınan cevaplar doğrultusunda; çalışmanın tasarım kimliğinin belirli oranlarda bütün sayfalarda hissedildiği, uygulamanın içerik, tasarım ve kullanılabilirlik açılarından başarılı olduğu sonucuna varılmaktadır.

SONUÇ

Teknolojideki gelişmelerle birlikte değişen yayıncılık, günümüzde kâğıda bağımlı olmaktan çıkarak, bilginin işlenmesinde, depolanmasında veya dağıtımında elektronik ortam araçlarının etkin kullanıldığı bir yapıya dönüşmüştür. Basılı yayınların tasarım-üretim süreçlerinin uzun ve maliyetli oluşu, bilgi paylaşımında zamanın önemi, güncel kalabilme kaygısı, bu anlamda ilgilileri yeni arayışlara yöneltmektedir. Çevrimiçi güncellenebilen e-yayınlar, sayısal kâğıt ve ses tanıma teknolojileri, etkileşimli çoklu ortam ürünleri gibi gelişmeler bu arayışların sonucudur.

E-yayın çeşitlerinden biri olan elektronik dergiler, yazılı ve görsel iletişim araçlarının tüm özelliklerini içeren yapısıyla, birçok farklı konuda yayımlanabilmesi sayesinde, kitle iletişiminde önemli bir araç haline gelmiştir. Hazırlanıp, yayımlandığı anda okurla buluşan e-dergiler, bilgi iletişiminde zaman ve hızın öneminin de göstergesidir. Okur, yılın her günü, günün her saati rahatlıkla erişebildiği yazı ve görüntülerle ilgili düşüncelerini, eleştirilerini tasarımcıya/yazara anında iletebilmektedir. Etkileşimin en üst seviyede olduğu, geri bildirimlerin çok hızlı alınabildiği e-dergiler; tasarımcılar, sanatçılar, akademisyenler ve öğrencilerden oluşan geniş bir hedef kitleye yöneliktir. Buna bağlı olarak e-dergilerin sanat, tasarım, kültür ve iletişim konularında önemli bir eksikliği dolduracağı öngörüsünden hareketle; bu tez çalışmasına da konu olarak seçilmiştir.

Elektronik dergiler tasarımcıların eserlerini tüm dünya ile paylaşabilecekleri çoklu ortam içerikli sergileme alanlarıdır. Dünyanın öteki ucundaki tasarım örneklerinin incelenebildiği, en güncel bilgiye sahip elektronik kütüphanelerdir. Bu yönüyle bakıldığında e-dergilerin, farklı tasarım anlayışlarının kültürlerarası iletişiminde önemli bir araç olduğu şüphesizdir. Buna ek olarak, küçük belge boyutlarıyla sayısal ortamda rahatlıkla saklanabilen e-dergiler, basılı yayınların biriktirilmesindeki yer sıkıntısı sorununu da ortadan kaldırmaktadır. Çok uzun yıllar aynı kalitede izlenebilme, çoğaltılabilme olanağına sahip bir e-dergi arşivi, özellikle tasarımcının eğitimi ve tasarım kültürünün gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır.

Elektronik dergiler, hareketli görüntüler, ses, video ve etkileşim gibi özellikleriyle tasarım konusundaki haber ve ürünlerin en etkili biçimde dünyaya duyurulacağı ortamlardır. Dünya'da tasarım alanında yayımlanmış, farklı anlayışlarda çok sayıda e-dergi olmasına karşın, bu sayı ülkemizde maalesef yetersizdir. Türkiye'deki tasarım alanındaki gelişme ve haberlerin duyurulması, çalışmaların sergilenebilmesi için çok

daha fazla sayıda e-dergiye ihtiyaç vardır. Bu sebeple farklı tasarım alanlarına özgü, kişi ve/veya kurumlarca çok çeşitli e-derginin yayımlanması, tasarım kültürümüzün gelişimine önemli katkılar sağlayacağı için önerilmektedir. Bunun yanı sıra tasarımı ile özgün, içeriği ile güçlü bir e-derginin düzenli aralıklarla okuyucuyla buluşması da önemlidir. Düzensiz aralıklarla yayımlanan e-dergiler kalıcı olmayabilecekleri gibi, inandırıcılık açısından da yetersiz kalırlar. Ülkemizdeki birçok e-derginin, maddi yetersizlik, organize bir ekibe sahip olmaması gibi nedenlerle birkaç sayı sonra yayımlarına son verilmektedir. Devamlı ve uzun ömürlü e-dergilerin, konusunda uzman ekipler tarafından hazırlanması gerektiği bu araştırmada varılan önemli sonuçlarındandır. Okuru içerik, görsel ve teknik anlamda tatmin edebilmesi için, e-dergilerin, sorumlu editörler, görsel tasarım alanında uzman grafik tasarımcılar, yazılım teknolojilerinden sorumlu programcıların yer aldığı bir ekip tarafından gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Yapılan bu çalışma ile e-dergilerin, gelişen ve değişen tasarım biçimleri kapsamında, grafik tasarım ve görsel iletişim alanlarına katkısı vurgulanmıştır. Bu bağlamda, yapılan uygulama çalışmasıyla önemli bir sorun olan ülkemiz tasarım alanındaki e-yayın eksikliğine, içeriği ve görsel yapısı ile kaynak oluşturması hedeflenen bir çözüm önerisi getirilmiştir.

KAYNAKÇA

- Adobe (2008). Liberating information and the Flow of Ideas [Bilgi ve Fikir Akışının Özgürleşmesi] Erişim: 12 Haziran 2007, <http://www.adobe.com/products/acrobat/adobepdf.html>
- Ak, Mehmet. (1998). *Firma/Markalarda Kurumsal Kimlik ve İmaj*. İstanbul: İşıl Ofset Sanayi Ltd. Şti.
- Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi C.7, İstanbul, 1987
- Arı, M. Emin. (2003). İnternet yayıncılığı. Erişim: 17.02.2006, <http://turk.internet.com/>
- Becer, Emre. (1999). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Yayınları
- Bektaş, Dilek. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Bengi, Hilmi. (2002). *İnternet Gazeteciliği ve Telif Hakları Sorunu*. [Bildiri], 8. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul
- Çevreorman, (t.y.). E-kitap nedir?. Erişim: 10 Ocak 2006, <http://www.cevreorman.gov.tr/ekitapne.htm>
- Cotton, B., Oliver, R. (1997). *Siberuzay Sözlüğü: Resimli Terimler Sözlüğü: Multimedya dan Sanal Gerçekliğe* (Ö. Arıkan ve Ö. Çendeoğlu, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Erkman, Fatma. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık
- Feldman, Tony. (1997). *An Introduction to Digital Media*. London: Routledge Pub.

Fidler, Roger (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. California: Pine Forge Press.

Fraser, B., Blatner, D. (2006). *Photoshop CS2*. (M. Çömlekçi, Çev.) İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım Ltd Şti.

Glaser, Milton. (1983). *Milton Glaser: Graphic Design*. Middlesex: Penguin Books.

Grossman, Alvin. (1992) "Historische Rückblende" in *Graphis Magazindesign 1*, Zurih: Graphis Verlag AG.

Gümüş, Agah. (2004). *Bilgisayarlı İletişim*. İstanbul: Değişim Yayınları.

Gürcan, Halil İbrahim (1999). *Sanal Gazetecilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Gürkan, Pınar Seden. (2002). *İnternet Gazeteciliğinin Geleneksel Medya Yapısı Üzerine Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Haydaroğlu, M. (Ed.). (2001). *101 Dergi: Dünden Bugüne Türkiye'nin Dergileri*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Heller, Steven. (2003). *Merz to Emigre And Beyond: Avant-Garde Magazine Design of the Twentieth Century*. London: Phaidon Press

Heller, S., Fink, A. (1993). *Covers & Jackets*. New York: PBC International.

Hume, Andy. (2005). The Anatomy of Web Fonts [Web Fontlarının Anatomisi]. Erişim: 10 Temmuz 2008, <http://www.sitepoint.com/article/anatomy-web-fonts>

İbou, Paul. (1992). *Successful Logos Worldwide*. Hong Kong: Nippon Publications

Işık, İ., Işık, A.H., Güler, İ. (Mayıs 2008). Uzaktan Eğitimde Üç Boyutlu Web Teknolojilerinin Kullanılması. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 1 (2), 75

İnuğur, M. Nuri. (2002). *Basın ve Yayın Tarihi*. İstanbul: DER Yayınları.

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

Jeanneney, Jean-Noel (2006). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Journalism Glossary. 'Standfirst'. Erişim: 25 Ekim 2008, <http://www.journalism.co.uk/36/54/>

Kabacalı, Alpay (2000). *Başlangıcından Günümüze Türkiye'de Matbaa Basın ve Yayın*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Kara, Hasan (2002). İnternetteki Cumhuriyet. Yedig, S., Akman, H. (Ed.). *İnternet Çağında Gazetecilik*. (s.79-84). İstanbul: Metis Yayınları

Karakaş, Roşan (2002). Hürriyet Deneyimi. Yedig, S., Akman, H. (Ed.). *İnternet Çağında Gazetecilik*. (s.76-78). İstanbul: Metis Yayınları

Keenan, S ve Johnston, C. (2000). *Concise Dictionary of Library and Information Science*, Londra: Bowker-Saur Press.

Kılıç, Levend. (2003). *Görüntü Estetiği*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Kist, J. (1989). Electronic Publishing. In M. Eraut (Ed.). *International Encyclopedia of Educational Technology* (s.600-608). New York: Pergamon

Koz, M. S. ve Çelik, K. (2001). *101 Dergi / Dünden Bugüne Türkiye'nin Dergileri*.
İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Lieb, Thom. (1998). Inactivity on Interactivity. *Journal of Electronic Publishing*, 3.
Erişim: 20 Kasım 2008, <http://dx.doi.org/10.3998/3336451.0003.312>

Livingstone, Alan ve Isabella. (1994). *Encyclopedia of Graphic Design and Designers*.
Londra: Thames&Hudson.

Mazlum, Soner Fehmi. (2006). *Masaüstü Yayıncılık*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Meggs, Philip B. (1998). *A History of Graphic Design*. Canada: John Wiley & Sons

Moser, Horst. (2007). *The Art Directors' Handbook of Professional Magazine Design*.
Londra: Thames&Hudson.

Nizam, Feridun. İnternet Gazeteciliğinin Gelecek Vizyonu: Güney Kore Ohmynews
Gazetesi Örneği. Türkiye'de İnternet Konferansı 2006. Erişim: 24 Mart 2007,
<http://inet-tr.org.tr/inetconf11/program/64.html>

NTV-MSNBC. (29 Ağustos 2006) 'Online haber'de büyük artış. Erişim: 25 Mart 2007,
<http://www.ntvmsnbc.com/news/102894.asp?cp1=1>

Okay, Ayla. (2005). *Kurum Kimliği*. İstanbul: Kapital Medya A.Ş.

Owen, William. (1991). *Magazine Design*. New York: Laurence King Ltd.

Pektaş, Hasip (1988). *Marka, Amblem ve Logotayp*, Erişim: 10 Eylül 2008, <http://www.hasippektas.com>

Pettenati, C. (2001). Electronic Publishing at the end of 2001, [2001 Sonunda

E-Yayıncılık], World Scientific. Erişim: 20 Aralık 2006, http://villaolmo.mib.infn.it/Manuscripts/10_generalities/pettenati.pdf

Photoshop Magazine. (t.y). Yaygın Görüntü Formatları. (Erişim: 20 Ekim 2008).
http://www.photoshopmagazin.com/general/content_details.asp?contID=1311&cN=41

Poynor, Rick. (1992). Neville Brody. Eye Magazine, 6, s.60

Publishing Timeline [Dünya Basımcılık Çizelgesi]. (2007). Erişim: 10 Mayıs 2007,
<http://www.infoplease.com/ipea/A0154485.html>

Rafaeli, S. (1988). *Interactivity: From New Media to Communication*. Sage Annual Reviews of Communication Research, Cilt 116.

Regenthal, Gerhard. (1992). *Identitat und Image-Praxishilfen für das Management in Wirtschaft*. Köln: Wirtschaftsverl Bachem

Samara, Timothy (2005). *Publication Design Workbook*. U.S.A.: Rockport Publishing.

Sarıkavak, Namık K. (2004). *Çağdaş Tipografinin Temelleri (Görsel İletişim ve Grafik Tasarımda)*, Ankara: Seçkin Yayıncılık

Seven, O., Seven, U. (2007). *Dünyanın ilk renkli A4 e-kağıdı*, Erişim: 10 Ocak 2008, CHIP Online, http://www.chip.com.tr/konu/Dunyanin-ilk-renkli-A4-e-kagidi_3725.html

Steuer, J. (1995). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. F. Biocca ve M. Levy (Ed.), *Communication in the age of virtual reality* [Sanal Gerçeklik Çağında İletişim] (s. 33-56). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum and Associates.

- Tansel, S. , Şenova, B., Özkal, Ö., Erdemir, E., Evamy, M. (Ekim 1995). Profil: Neville Brody. *Arrademento Dekorasyon*, 74, 70-72
- Teker, Ulufer (2003). *Grafik Tasarım ve Reklam*. İzmir: Dokuz Eylül Yayıncılık
- Tepecik, Adnan (2002). *Grafik Sanatlar Tarih - Tasarım -Teknoloji*. Ankara: Detay Yayınları
- Thrift, Julia (Temmuz 1992), Rudy Vanderlans, *Eye*, 2, 8-15.
- Timisi, Nilüfer (2004). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Tokgöz, O (2000). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitabevi
- Tonta, Y. (Nisan 2000). Elektronik yayıncılıkta son gelişmeler. *Bilgi Dünyası*, 1, 89-132.
- Tonta, Y. Elektronik yayıncılık, Bilimsel İletişim ve Kütüphaneler. Erişim: 18 Aralık 2006, <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/yayinlar/eyayin97.htm>
- Topuz, Hıfzı (1996). *100 Soruda Başlangıcından Bugüne Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Gerçek Yayınevi
- Topuz, Hıfzı. (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tuncay, Mine.(1998). *Dergi Tasarımı*. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul
- Türk Dili ve Edebiyatı Ansiklopedisi C.2, İstanbul, Dergah Yayınları, 1977

- Türk Telekom (2007). "Türk Telekom Yeni ADSL Tarifeleri ile Herkesin Yüzünü Güldürecek". Erişim: 14.06.2007, http://www.turktelekom.com.tr/webtech/default.asp?sayfa_id=487
- Türk Bilişim Derneği. (t.y.). Bilişim Terimleri Karşılıkları Sözlüğü. Erişim: 29 Ağustos 2008, <http://www.tbd.org.tr/genel/sozluk.php>
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim: 8 Ocak 2007, <http://www.tdk.gov.tr/>
- Türkoğlu, N. (Mayıs 1995). Türk Reklamcılığının Popüler Tarihi:1838-1980. *Evensel Kültür*, 37 Ocak, 4
- Uçar, T. Fikret (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara:İnkılap Yayınevi
- Uzun Ömürlü Işık (Ocak 2006). *Bilim ve Teknik Dergisi*, 454, 47
- Yedig, S., Akman, H. (2002). *İnternet Çağında Gazetecilik*. Ankara: Metis Yayınları.
- W3 Schools, (t.y.). Multimedia Sound Formats. [Çoklu ortam Ses Biçimleri] Erişim: 10 Kasım 2008, http://www.w3schools.com/media/media_soundformats.asp
- Weller, Ann C. (2002). Qualitative and Quantitative Measures of Indexed Health Sciences Electronic Journals [Sağlık Bilimleri Elektornik Süreli Yayınlarında Nitelik ve Nicelik]. *The Journal of American Medical Association*, 287(21), 2875-2876
- Will-Harris, Daniel. (2003). *Georgia & Verdana. Typefaces designed for the screen (finally)*. [Georgia & Verdana. Ekranaya yönelik tasarlanan yazı karakterleri (sonunda)]. Erişim: 10 Ağustos 2008, <http://www.will-harris.com/verdana-georgia.htm>

Woolman, Matt. (2004). *Motion Design: Moving Graphics for Television, Music, Video, Cinema and Digital Interfaces* [Hareketli Tasarım: Televizyon, Video, Sinema ve Dijital Arayüzlerde Hareketli Grafikler]. New York: Roto Vision Pres.

Wozencroft, Jon. (1997). *The Graphic Language of Neville Brody*. Thames and Hudson

Writerswrite, (2005). *An Introduction to Email Publishing* [E-posta yayıncılığına giriş].
Erişim: 8 Ocak 2007, <http://www.writerswrite.com/epublishing/info.htm>

Zettle, Herbert. (1973). *Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics*. California:
Wodsworth Publishing

YARDIMCI KAYNAKÇA

Ağır, Ahmet. (1997). Akademik Dergi Yayıncılığı ve Bir Model alışması. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul

Atabek, Ü., Tuncel, H., Kara, H., Duman, M., Halıcı N. (2005). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*. S. Alankuş (Der.). İstanbul: IPS İletişim Vakfı.

Barbier, F., Lavenir, C.B. (2001) *Diderot'tan İnternete Medya Tarihi*. İstanbul: Okuyan US Yayınları

Blog Nedir? (t.y.). Erişim: 13 Haziran 2007, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog>

Briggs, A., Burke, P. (2004). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. İstanbul: İletişim Yayınları

Crowley, D., Beazley, M. (2006) *Magazine Covers*. London: Octopus Publishing.

Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE), Bilim, Teknoloji ve Bilişim İstatistikleri. (Mayıs 2007) "Hane Halkı Bireylerinin İnternet Kullanma Amaçları". Erişim:12 Haziran 2007, <http://www.tuik.gov.tr>

Ellis Parker Butler Magazine Covers Collection. Erişim: 12 Mayıs 2007, <http://www.ellisarkerbutler.info/>

Encyclopedia Britannica Online. Magazine and Journal, 17th.century. Erişim: 20 Aralık 2006, <http://www.britannica.com/ebi/article-204145>

E-publishing. Erişim: 17.01.2007, <http://www.writerswrite.com/epublishing/>

Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık

Ertuğ, H. Refik. (1970). *Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi*. İstanbul: Yenilik Basımevi

Foges, Chris (Editor). (1999). *Magazine Design*. New York: Roto Vision Pres.

G.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi. Erişim: 12 Haziran 2007, <http://www.sosbil.gazi.edu.tr/edergi/dergi.php?yazi=DergiHakkinda>

Garcia, Mario. (1981). *Contemporary Newspaper Design*. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Gür, Hakan. (2003). Elektronik Derginin Avantajları. Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık Ulusal Sempozyumu (28 Mart 2003) Erişim: 27 Mart 2007, <http://www.ulakbim.gov.tr/dokumanlar/sempozyum1>

İnceoğlu, Yasemin G. (2004) *Uluslararası Medya, Medya Eleştirileri*. İstanbul: DER Yayınları

Internet Traffic Report, Using Internet by World Countries. Erişim: 13 Haziran 2007, <http://www.internettrafficreport.com/>

İstek, Ragıp. (2004). *Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni*. İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Journal of the American Medical Association, C. 287, No: 21, s.2865-2866.

Karaduman, Murad. (2002) *Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya ve İnternet Gazeteciliği*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir

Kaypakoğlu, Serdar. (2004). *Küresel Medya ve Kültürel Değişim*. İstanbul: Naos Yayıncılık.

Keş, Yusuf. (2006). “e-grafik.net” *Elektronik Dergi Tasarımı*. Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara

Michalski, Jacob. (2001). *Designing For Web and For Printed Medium A Comparative Study*. Y.Lisans Tezi, Bilkent Üniversitesi, Ankara

Milton Glaser (Temmuz – Ağustos 1997) *Graphis*, 53, 310

OECD Broadband Portal. Evolution of a representative broadband subscription over time (2005-2007). [2005-2007 Yılları Arasında OECD Ülkelerinin İnternete Bağlanma Hızları] Erişim: 13 Ekim 2008, <http://www.oecd.org/sti/ict/broadband>

Onursoy, Sibel. (2001). *Online Haber Yayıncılığında Görsel Tasarım Boyutu: Haber Sitesi Örnekleri Üzerine Bir Uygulama*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir

Öz, Hatice. (2006). *Sinema Jeneriklerinde Görsel Tasarım Açısından Grafik Öğelerin Kullanımı*. Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara

Paper Project, Erişim: 8 Ocak 2007, History of Paper Timeline [Kağıdın Tarihi] <http://lifesciences.asu.edu/paperproject/paperhistory2.html>

Poynor, Rick. (1996). *Typography Now Two*. Londra: BootClibborn Editions.

Sanalalem. (06.03.2006) Yayıncılığın yeni tanımı. Erişim: 18 Kasım 2006, http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=sa&haberno=2820

Saygın Kaya, Bulgan. (1996). *Cumhuriyetten Günümüze Aktüel Dergilerde İllüstrasyon Sorunları ve Bir Aktüel Dergi İçin Uygulama Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara T.C. Resmi Gazete (2000). Resmi Gazete Hakkında. Erişim: 25.03.2007, <http://rega.basbakanlik.gov.tr>

Sobacı, Selin. (2001). *İmaj Yenileyen Markalarda Görsel Kimlik Sorunu*. Y. Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara

Törenli, Nurcan. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Turgut, S. (1999). İnternet'ten Gazeteye. Erişim: 6 Ekim 2005, <http://arsiv.hurriyetim.com.tr/hur/turk/01/06/19/yazarlar/58yaz.htm>

Web Dersleri, (t.y.). Görüntü Formatları. Erişim: 10 Ekim 2008, <http://www.webdersleri.com/sayfa.asp?id=623>

Will Bradley Works. Erişim: 8 Mayıs 2007, <http://www.willbradley.com/>

Zahn, Heribert. (Ekim 1996) Cover Design. *Novum*, 10, 30

<http://www.wilsonweb.com/wmt6/html-email-fonts.htm>

<http://www.infoplease.com/ipea/A0154485.html>

http://www.photoshopmagazin.com/general/content_details.asp?contID=1232&cN=16

<http://home.insightbb.com/~d.lawson/>

<http://www.library.otago.ac.nz/exhibitions/18thc/cabinet11/>

http://harpersbazaar.victorian-ebooks.com/Nov2_1867/4.html

<http://www.willbradley.com/>

<http://www.holocaustresearchproject.org/economics/images/time%201923.jpg>

<http://home.earthlink.net/~bobbau/platforms/text-size/>

(<http://webstyleguide.com/type/cross.html>)

<http://www.designspotter.com/products/Books%2520%252B%2520Magazines>

<http://www.colophon2009.com/search/?Last=mag>

1.EK. ELEKTRONİK GRAFİK TASARIM DERGİLERİ VE İNTERNET ADRESLERİ

23:56 (Four Minutes to Midnight) - <http://lokidesign.net/2356/category/about/>

2die4 Magazine - <http://www.2die4.com.br>

A5 Magazine - <http://www.thea5magazine.com/>

AlistApart - <http://www.alistapart.com/>

Anti Magazine - <http://www.revolverlover.net/anti.asp>

Arkitip – <http://www.arkitip.com/>

Atlas Magazine - <http://www.atlasmagazine.com>

Bak - <http://www.bakmagazine.com/>

Be Different Magazine - <http://www.bedifferent.it/> İçindekiler

Beast - <http://www.ths.nu/beast/>

Before and After – <http://www.bamagazine.com/>

Big Mag - <http://www.bigmag.net/>

Blanket Magazine - <http://www.blanketmagazine.com>

Booooooom - <http://www.booooooom.com/>

Born Magazine - <http://www.bornmagazine.org/>

Candy - <http://www.candycollective.com/issues.html>

Castle Magazine - <http://www.castlemagazine.de/>

Creative Behavior Magazine - <http://www.creativebehavior.com>

Cross Mind Net - <http://www.crossmind.net/cnt/issue/issue.php>

Coupe Mag - <http://www.coupe-mag.com/>

Daheim Magazine - <http://www.daheim-magazin.de/>

Delve Magazine - <http://www.delvemagazine.com>

Design is Kinky - <http://www.designiskinky.net/>

Design taxi - <http://designtaxi.com/>

Destructed Magazine - <http://www.destructed.info/>

Dexigner - <http://www.dexigner.com/>

Digital Output - www.digitaloutput.net

Digital Media World - <http://www.digitalmedia.com.au/>

Etel Magazine - <http://www.etelmagazine.com/>
Eclipse - <http://www.lunareclipse.net/>
FF3300 Magazine - http://www.ff3300.com/blog/?page_id=27
Font Magazine - <http://www.fontshop.com/features/fontmag>
FontSite - <http://www.fontsite.com/>
Format Mag - <http://www.formatmag.com>
Fresh Cut Magazine - <http://www.freshcut.it/magazine/>
GUUUI - <http://www.guui.com/>
Head Magazine - <http://www.headmagazine.co.uk>
Ideafixa - <http://www.ideafixa.com/english.php>
Idea Magazine - <http://www.ideamagazine.net/>
Ionone Live Magazine - <http://www.ionone.com/live.htm>
Inconstancia - <http://www.revista.inconstancia.com.br>
Klitorik Magazine - <http://www.klitorik.com>
Layers Magazine - <http://www.layersmagazine.com/>
Maguila Magazine - <http://www.base-v.org/maguilamag.htm>
Moloko Magazine - <http://www.molokoplus-mag.com>
Metropolis - <http://www.metropolismag.com/cda/>
Moloko - <http://www.molokoplus-mag.com/eng/>
Neomu - <http://www.neomu.com/>
Net Diver - <http://netdiver.net/>
NLF Magazine - <http://www.nlfmagazine.com/>
No Magazine - http://www.nomagazine.com/index_es.html
Oops - <http://www.freeoops.net/>
Ping Mag - <http://pingmag.jp/>
Phase Magazine - <http://www.phasecollective.com/>
Phirebrush Magazine - <http://www.phirebrush.com/about.php>
Spunk Magazine - <http://www.spunkunited.com/v2/index.html>
Sceyelines Magazine - <http://www.sceyelines.net/sceyelines/index.html>
Sleek Magazine - <http://www.sleek-mag.com/cms/index.php?id=motionnew>
Smashing Magazine – www.smashingmagazine.com/

Surf Station - <http://surfstation.com/>

The International Illustrated - <http://www.theinternationalillustrated.com/>

The Royal Magazine - <http://www.theroyalmagazine.com/>

The Toggle Magazine - <http://www.togglemagazine.com/>

Treehouse Web Development Magazine - <http://treehousemagazine.com/>

Watim - <http://www.watim.com/>

Webesteem Magazine - <http://art.webesteem.pl/>

Woosta Magazine - <http://www.woosta.com/>

2.EK: BASILI GRAFİK TASARIM DERGİLERİ

Advertising Graphics and Typographic Design	
Animation Magazine	
Applied Art Magazine	www.appliedartsmag.com
Arkitip	www.arkitip.com
Baseline: International Typographics Magazine	www.baselinemagazine.com
British Journal of Photography	
CMYK Magazine	
Comics Journal	
Communication Arts Magazine	www.commarts.com
Computer Arts	
Computer Arts Magazine	www.computerarts.co.uk
Computer Graphics World	
Coupe Magazine	http://coupe-mag.com
Creative Review	www.creativereview.co.uk/
Design Edge Canada	www.designedgecanada.com
Design Graphics	
Design Week	
Desktop Magazine	www.desktopmag.com.au
Digital Arts Magazine	
Digital Graphics Magazine	
Dynamic Graphics Magazine	
Emigre	
Etapas:	www.etapes.com
Eye Magazine: International Review of G. D.	www.eyemagazine.com
Esopus Magazine	www.esopusmagazine.com
Grafik	
Grafik Professional Magazine	
Graphic Arts Monthly	www.graphicartsonline.com/
Graphic Arts Monthly Magazine	

Graphic Communications World	
Graphic Design USA	www.gdusa.com
Graphis	www.graphis.com
How Magazine	www.howdesign.com
I.D. Magazine	www.idonline.com
Idn Magazine	www.idnworld.com
Idpure Magazine	www.idpure.com
KAK Magazine	http://kak.ru/eng/
Layers Magazine	www.layersmagazine.com
Layers Magazine	
Lino Magazine	www.linomagazine.com.au
Neshan Magazine	www.neshanmagazine.com/
Novum: World of Graphic Design	www.novum.de
Photoshop Magazine	www.photoshopmagazin.com/
Photoshop Creative Magazine	www.pshopcreative.co.uk/
Print Media Service	www.printmediaservice.com
Print: America's Graphic Design Magazine	www.printmag.com
Step Inside Design Magazine	
Typo http://www.magtypo.cz/	
Wallpaper	

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Özden Pektaş Turgut

Doğum Yeri ve Tarihi : Giresun / 1978

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
Grafik Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi : Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
Grafik Bölümü

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyetleri : "Banner Reklamların Grafik Tasarım Açısından
İncelenmesi" (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
H. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Bölümü, 2005
"Banner Reklamlarda Grafik Tasarım Sorunları"
(Makale), H.Ü.G.S.F. Sanat Yazıları Dergisi,
Sayı:13, Sayfa: 20-21, Ankara 2005
"İnternet Reklamlarında Grafik Tasarım Sorunları"
(Bildiri),Bahçeşehir Üniversitesi,
10. Türkiye'de İnternet Konferansı, Beşiktaş, İstanbul,
9-11 Aralık 2005.
"Popüler Bir İletişim Ortamı Olarak İnternette Tasarım
Sorunları" (Konferans), Türk - İngiliz Kültür Derneği,
Çankaya, Ankara, 14 Kasım 2005

İş Deneyimi

Stajlar :

Projeler :

Çalıştığı Kurumlar : 2005- Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Okutman
2003-2005 Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar
Fakültesi Grafik Bölümü, Araştırma Görevlisi
2001-2003 Seçkin Yayıncılık A.Ş., GrafikTasarımcı

İletişim

E-Posta Adresi : ozdenp@gazi.edu.tr

Tarih : 10.06.2009