T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

BASILI VE ELEKTRONİK DERGİLERİN GÖRSEL KİMLİK DEVAMLILIĞININ İNCELENMESİ VE ELEKTRONİK DERGİ TASARIMI ÖNERİSİ

Bilge YÜKSEL KİRİŞCAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Doç. Dr. Aydın ZOR

ANTALYA - 2019

T. C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

30/05/2019

Öğrencinin
Adı ve Soyadı

Bilge YÜKSEL KİRİŞCAN



İmzası

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bilge YÜKSEL KİRİŞCAN' ın bu çalışması, jürimiz tarafından Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman : Doç. Dr. Aydın ZOR

Üye : Doç. Dr. Yusuf KEŞ

Üye (Başkan) : Doç. Dr. Murad KARADUMAN

Tez Konusu : **" Basılı ve Elektronik Dergilerin Görsel Kimlik Devamlılığının İncelenmesi ve Elektronik Dergi Tasarımı Önerisi"**

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 30/05/2019

Mezuniyet Tarihi : ..../..../.....

Dr. Ögr. Ü. Enver GÜNER
Enstitü Müdürü V.

ÖNSÖZ/TEŞEKKÜR

Tez çalışmam süresince bilgi ve tecrübelerini esirgemeyen, değerli yardımları ile bu çalışmanın gerçekleşmesini sağlayan tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Aydın ZOR'a, her zaman yanımda olan arkadaşlarım Arş. Gör. Günnar YAĞCILAR TONGUÇ'a ve Arş. Gör. Gökhan AKEL'e, tüm süreç boyunca manevi destekleri için sevgili eşime ve kızıma teşekkürlerimi sunarım.

Bilge YÜKSEL KİRİŞCAN

Antalya, 2019

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin	Adı Soyadı	Bilge YÜKSEL KİRİŞCAN
	Numarası	20155307006
	Anasanat Dalı	Sanat ve Tasarım
	Danışmanı	Doç. Dr. Aydın ZOR
Tezin Adı		Basılı ve Elektronik Dergilerin Görsel Kimlik Devamlılığının İncelenmesi ve Elektronik Dergi Tasarımı Önerisi

ÖZET

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

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Editöryal Tasarım, Dergi Tasarımı, Görsel Kimlik, Elektronik Dergi, Elektronik Yayıncılık

T.R.
AKDENIZ UNIVERSITY
Institute of Fine Arts

Student	Name Surname	Bilge YÜKSEL KİRİŞCAN
	Number	20155307006
	Department	Art and Design
	Advisor	Assoc Dr. Aydın ZOR
Thesis Name		An Analysis on Continuity of Visual Identity of Printed and Electronic Magazines: A Proposal For Electronic Magazine Design.

SUMMARY

In this thesis, it is aimed to research the visual identity continuity of the printed and numeric editions of magazines and to find out whether or not, or how much they show consistency in these two areas where both published and electronic media exist nowadays. In the study, the development process, electronic publishing varieties and the formats of the printed and electronic media have been researched by literature review. The factors that form the visual identity in printed and electronic magazine design have been researched and five chosen magazines (*National Geographic Turkey*, *Skylife, Harvard Business Review Turkey, Log, Wired Magazine*) have been analyzed by logo, style and cover, page setup, typographic decisions and use of color. As a result of this analysis and in the light of the data acquired, a new proposal for design has been offered to *Akdeniz'den* magazine. Primarily a design language for smart phones has been constituted and this design has been transferred to the printed edition in a form to maintain the visual identity consistent.

Keywords: Graphic Design, Editorial Design, Magazine Design, Visual Identity, Electronic Magazine, Electronic Publishing

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI i
TEZ KABUL FORMU ii
ÖNSÖZ/TEŞEKKÜR iii
ÖZET iv
SUMMARY v
İÇİNDEKİLER vi
TABLOLAR LİSTESİ ix
RESİMLER LİSTESİ x

GİRİŞ 1
Problem Durumu 3
Problem Cümlesi 4
Araştırmanın Amacı 4
Araştırmanın Önemi 4
Araştırmanın Yöntemi 5
Sınırlılıklar 5
Tanımlar 6

BİRİNCİ BÖLÜM: BASILI ve ELEKTRONİK DERGİ YAYINLAR……..... 7
1.1. Dünya'da ve Türkiye'de Basılı Dergi Yayınları 8
1.2. Dünya'da ve Türkiye'de Elektronik Yayınlar..... 20
1.3. Elektronik Yayınların Avantajları ve Dezavantajları..... 33
1.4. Elektronik Yayın Türleri 36
1.4.1. Elektronik Posta Yayıncılığı (e-posta) 37
1.4.2. Elektronik Bülten Yayıncılığı (e-bülten) 37
1.4.3. Elektronik Gazete Yayıncılığı (e-gazete) 38
1.4.4. Elektronik Kitap (e-kitap) …..... 38
1.4.5. Elektronik Dergi (e-dergi) 40
1.5. Elektronik Yayın Formatları ……..... 40
1.5.1.EPUB (Electronic Publish) 43
1.5.2.Kindle Formatları 45
1.5.3 PDF (Portable Document Format) 47

1.5.4. Etkileşimli Dergiler 49
1.5.5. HTML (Hypertext Markup Language) 49
1.6. Elektronik Yayın Görüntüleme Araçları 51
1.6.1. E-Kitap Okuyucular 52
1.6.2. Mobil Cihazlar 53
1.6.3. Bilgisayarlar 55

İKİNCİ BÖLÜM: BASILI VE ELEKTRONİK DERGİ TASARIMINDA GÖRSEL KİMLİĞİ OLUŞTURAN UNSURLAR 57
2.1. Görsel Kimlik 57
2.2. Dergi Tasarımında Görsel Kimliğin Önemi 57
2.3. Dergi Tasarımında Görsel Kimliği Oluşturan Unsurlar 59
2.3.1. Sayfa Yapısı 59
2.3.2. Tipografik Kararlar 65
2.3.3. Renk Kullanımı 68
2.3.4. Logo ve Görseller 70
2.4. Elektronik Dergi Tasarımında Görsel Kimliği Oluşturan Unsurlar 72
2.4.1. Statik Tasarımda Yer Alan Unsurlar 73
2.4.1.1. Durağan Görüntü (Statik Grafikler) 73
2.4.1.2. Görüntü Dosya Biçimi 73
2.4.1.3. Görüntü Çözünürlüğü 76
2.4.1.4. Görüntü Renk Modelleri 78
2.4.2. Etkileşimli Tasarımda Yer Alan Unsurlar 79
2.4.2.1. Görsel Unsurlar 79
2.4.2.1.1. Hareketli Görüntü 79
2.4.2.1.2. Slayt Geçişi (Slide Show) 81
2.4.2.1.3. Panoramik Görüntü 81
2.4.2.1.4 Kaydırılabilir İçerik (Scrollable Content) 82
2.4.2.1.5. Kaydırma - Yakınlaştırma/Uzaklaştırma (Pan & Zoom In/Out) 82
2.4.2.1.6. Ekran Işık Ayarları (Gündüz Modu/Gece Modu)... 82
2.4.2.2. Sesli Unsurlar 83
2.4.2.3. Hiperlink 83

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: BASILI VE ELEKTRONİK DERGİLERİN GÖRSEL KİMLİK DEVAMLILIĞININ KARŞILAŞTIRMASI 87
3.1. NATIONAL GEOGRAPHIC TÜRKİYE 87
3.2. SKYLIFE 96
3.3. HARVARD BUSINESS REVIEW TÜRKİYE 110
3.4. LOG 117
3.5. WIRED MAGAZINE 125

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: "AKDENİZ'DEN" DERGİSİ İÇİN E-DERGİ TASARIMI 135

SONUÇ ve ÖNERİLER 145
KAYNAKÇA 148
EKLER 160
ÖZGEÇMİŞ 193

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. 16-74 Yaş Grubu Bireylerde İnternet Kullanımı 30
Tablo 2. Yazılı Medya İstatistikleri 30
Tablo 3. We Are Social 2019 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri 31
Tablo 4. We Are Social 2019 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri 32
Tablo 5. We Are Social 2019 Türkiye'de İnternet Kullanımı İstatistikleri 32
Tablo 6. We Are Social 2019 Türkiye Elektronik Cihaz Kullanım İstatistikler 32
Tablo 7. Dosya Formatları ve Görüntüleme Aygıtları 41
Tablo 8. E-yayın Formatlarının İçerik ve Etkileşim Desteği 42

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1. Journal des Savants ve Philosophical Transacnons Dergisi 9
Resim 2. The Gentlemen's Magazine (1731) Dergisi 10
Resim 3. Mercure Galant (1672) Dergi Kapağı 10
Resim 4. Review (1708), The Tatler (1709) ve The Spectator (1711) Dergileri 11
Resim 5. Die Horren, Propylaen ve Allgemeine Literatur-zeitung Dergisi 11
Resim 6. American Museum (1787) Dergisi 12
Resim 7. Popular Science Monthly, National Geographic Magazine Dergileri 12
Resim 8. The Lady (1885), Harper's Bazaar (1867) ve Vogue (1892) Dergileri 13
Resim 9. Punch (1841) ve Nature (1869) Dergileri 14
Resim 10. Time (1923) Dergi Kapakları 15
Resim 11. Life (1936, 1949, 1969) Dergisi Kapakları 15
Resim 12. Vakayi-i Tabbiye (1849) Dergisi 16
Resim 13. Servet-i Fünun Dergisi Kapakları 17
Resim 14. Mecmua-i Ebuzziya, Diken ve 7 Gün Dergisi 18
Resim 15. AT&T firmasının HotWired'da yayınladığı ilk web banner 22
Resim 16. HotWired.com sitesinin 1994 yılına ait ekran görüntüsü 23
Resim 17. Apple firmasının ilk İPad (1994) tablet görüntüsü 24
Resim 18. Wired Magazine iPad edisyonu (2009) kapak görüntüsü 25
Resim 19. Wired Magazine iPad edisyonu (2009) iç sayfa görüntüleri 25
Resim 20. Altzine çevrimiçi dergisine ait sayfa görüntüsü 28
Resim 21. Dipnot dergisine ait sayfa görüntüsü 29
Resim 22. Mayo Kliniği'nin Aileler için Sağlık Kitabı 39
Resim 23. TipSquirrel Magazine, SciFiNow, MacLife ve Aside Dergileri 40
Resim 24. Akışkan Metinli EPUB yayın formatına ait e-kitap görüntüsü 44
Resim 25. Sabit Düzenleme (Fixed Layout) Yayın Formatına Ait E-Kitap 45
Resim 26. Bilim ve Teknik (Nisan 2016) Dergisi 48
Resim 27. Aside Magazine E-Dergisi 50
Resim 28. Kindle PaperWhite, Nook GlowLight, Nook Simple Touch, Kobo 52
Resim 29. Apple iPad Pro, Samsung Galaxy Tab S4, Lenova Tab 10 tabletleri 53
Resim 30. Samsung Galaxy Fold ve Huawei Mate X katlanabilir telefonlar 55
Resim 31. The Herald süreli yayınına ait grid sistemi ve sayfa görüntüler 61

Resim 32. Socrates (2016) dergisine ait iç sayfalar için oluşturulan grid sistemi 62
Resim 33. Manifold ve GMK web sitelerine ait sayfalar grid sistemi 63
Resim 34. Manifold ve GMK web sitelerine ait cihaz ekran görünümleri 64
Resim 35. Metin Bloklama Biçimleri 68
Resim 36. Arredamento Mimarlık (2013, 2016, 2019) dergisi kapakları 71
Resim 37. Çeşitli ekran çözünürlüklerine ait ölçü grafiği 77
Resim 38. Çeşitli ekran çözünürlüklerine ait görüntü netlikleri 77
Resim 39. CMYK ve RGB renk modelleri 78
Resim 40. Apple News+ Uygulamasına ait görüntü 80
Resim 41. Essence Dergisi (Nisan 2019) hareketli kapak görüntüsü 81
Resim 42. Hiper Metin, Hiper Ortam ve Çoklu Ortam Arasındaki İlişki 85
Resim 43. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) basılı ve e-edisyonu 88
Resim 44. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) sayfa yapısı..... 89
Resim 45. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) sayfa bilgilendirmesi 90
Resim 46. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) görsel kullanımı 91
Resim 47. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) renk kullanımı 92
Resim 48. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) tipografi kullanımı 93
Resim 49. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) panoramik görselleri..... 94
Resim 50. National Geographic Türkiye (Nisan 2019) görsel kullanımı 95
Resim 51. Skylife (Kasım 2018) basılı-elektronik edisyonu kapak görüntüleri 96
Resim 52. Skylife (Kasım 2018) basılı-elektronik edisyonu kapak görüntüleri..... 97
Resim 53. Skylife (Kasım 2018) basılı-elektronik edisyonu sayfa yapısına 98
Resim 54. Skylife (Kasım 2018) basılı-elektronik edisyonu sayfa bilgileri 98
Resim 55. Skylife (Kasım 2018) konu giriş sayfası görüntüleri 99
Resim 56. Skylife (Kasım 2018) röportaj sayfası ve buton kullanımı 100
Resim 57. Skylife (Mayıs - Ağustos 2018) basılı edisyon kapakları 101
Resim 58. Skylife (Kasım 2018) basılı edisyon seperatör sayfa görüntüleri 102
Resim 60. Skylife (Kasım 2018) elektronik edisyon seperatör görüntüleri 103
Resim 61. Skylife (Kasım 2018) e-edisyon buton kullanımı 104
Resim 62. Skylife (Kasım 2018) yazı karakteri kullanımı 105
Resim 64. Skylife (Kasım 2018) insiyal kullanımı 106
Resim 65. Skylife (Kasım 2018) elektronik edisyon yönlendirme kullanımı 107
Resim 66. Skylife (Kasım 2018) elektronik edisyon bilgilendirme kullanımı 108

Resim 67. Skylife (Kasım 2018) elektronik edisyon bilgilendirme kullanımı 109
Resim 68. Harvard Business Review Türkiye uygulama görüntüsü 110
Resim 69. HBR Türkiye (Mayıs 2019) e ait kapak görüntüsü 111
Resim 70. HBR basılı edisyon seperatör ve e-edisyon konu giriş sayfaları 112
Resim 71. HBR Türkiye (Mayıs 2019) grid yapıları 113
Resim 72. HBR Türkiye (Mayıs 2019) renk kullanımı 114
Resim 73. HBR Türkiye (Mayıs 2019) tipografi kullanımı 115
Resim 74. HBR Türkiye (Mayıs 2019) e-edisyonu etkileşim özellikleri 116
Resim 75. Log (Şubat 2009) QR kod ve Microsoft Tag uygulaması 117
Resim 76. Log dergisi (Mart 2019) kapağına ait görüntü 118
Resim 77. Log dergisi (Mart 2019) grid yapılarına ait görüntüler 119
Resim 78. Log dergisi (Mart 2019) seperatör sayfalarına ait görüntüler 120
Resim 79. Log dergisi (Mart 2019) görsel kullanımına ait görüntüler 121
Resim 80. Log dergisi (Mart 2019) kapak renk kullanımı 121
Resim 81. Log dergisi (Mart 2019) bölüm bilgileri 122
Resim 82. Log dergisi (Mart 2019) renk kullanımı 122
Resim 83. Log dergisi (Mart 2019) tipografi kullanımı 123
Resim 84. Log dergisi (Mart 2019) e-edisyon etkileşim özellikleri 124
Resim 85. Wired Magazine (Ağustos 2017) kapak görüntüleri 126
Resim 86. Wired Magazine (Ağustos 2017) basılı edisyon grid yapısı 126
Resim 87. Wired Magazine basılı edisyon seperatör sayfaları..... 127
Resim 88. Wired Magazine elektronik edisyon seperatör sayfaları 128
Resim 89. Wired Magazine sayfa bilgisi ve görsel kullanımı 129
Resim 90. Wired Magazine display yazı karakteri kullanımı 130
Resim 91. Wired Magazine (Ağustos 2017) yazı karakteri kullanımı 131
Resim 92. Wired Magazine insiyal kullanımı ve metin bloklama görüntüleri 132
Resim 93. Wired Magazine elektronik edisyon video içeriğine ait görüntü 133
Resim 94. Wired Magazine sol üst menü ve genel sayfa görünümü özelliği 134
Resim 95. Wired Magazine e-edisyonu sağ üst menüsüne ait görüntüler 134
Resim 96. Akdeniz'den dergisi boyut bilgilendirmesi 137
Resim 97. Akdeniz'den dergisi kapak alternatifleri 138
Resim 98. Akdeniz'den dergisi e-edisyonu piktogram/yönlendirme işaretleri 139
Resim 99. Akdeniz'den dergisi basılı ve e-edisyonuna ait grid sistemi 140

Resim 100. Akdeniz'den dergisi basılı ve e-edisyonuna ait grid sistemi 141
Resim 101. Akdeniz'den dergisi basılı ve e-edisyonu renk kullanımı 142
Resim 102. Akdeniz'den dergisi yazı karakteri kullanımları 143

GİRİŞ

İçinde yaşadığımız dönem gelecekteki tarihçiler tarafından, muhtemelen bir çağın bitip yeni bir çağın başladığı dönem olarak kaydedilecektir. Bunu tetikleyen en önemli gelişme ise İnternetin icadıdır. Tarih öncesinde insanoğlu ateşi, tekerleği icat ederek yaşamını kolaylaştırmış; çömlek çarkını icat ederek ilk defa araç ile araç üretmeye başlamış ve ilk endüstri devrimini yaşamıştır. Matbaayı icat ederek bilgi üretim biçimini geliştirmiş ve sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş yapmış; buharlı motoru icat ederek toplumsal üretim ve yaşam biçimini kökten değiştirmiştir. 1980'li yıllardan itibaren önce kişisel bilgisayarların ardından ise İnternetin icadı ve kullanıma açılması da dünya üzerinde benzer bir etki oluşturmuştur.

Teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler, özellikle 1991 yılında hayatımıza giren İnternet (word wide web), günlük yaşamımızı baştan sona değiştirmiştir. İnternet 1995 yılında tüm dünyada giderek yaygınlaşmış, kullanımının artması insanların bilgiye kolay yoldan ulaşmasını sağlamıştır. "1999 yılında dünya çapında İnternet kullanıcılarının sayısı 150 milyon kişi iken, 2005 yılına gelindiğinde Amerika'da bu sayı 200 milyon, dünyada ise 800 milyona erişmiştir" (Meggs ve Purvis, 2012:371). "Dünyada 1 milyardan fazla İnternet kullanıcısı, küresel bilişim ağında 400 milyon bilgisayar, 120 milyon alan adı, 110 milyon web ve 90 milyon blog yer almaktadır. Ülkemizde 1996 yılında 14 bin civarında olan İnternet kullanıcı sayısı, 1998'de 200 bine, 2000 yılında 1,5 milyona, 2006'da ise 12 milyona yaklaşmıştır. 2008 yılı itibariyle bu rakam 20 milyon sınırına yükselmiştir" (Toruk, 2008: 271-271).

İnternetin icadı sonrasında günlük yaşamımızda kullandığımız birçok nesne yeni mecralara evrilmiştir. Artık mektup yerine e-postalarla haberleşmekteyiz. Plaklara, kasetlere ve sonrasında CD'lere kaydedilen müzikler artık doğrudan İnternet üzerinden dinlenir hale gelmiştir. Yavaş yavaş ansiklopediler kullanımdan kalkmaya başlamış; açık kaynaklı bilgi ve ansiklopediler onların yerlerini almıştır. Kitap ve dergi gibi basılı yayınlar, kendilerine İnternet ortamında yeni mecralar aramaktadır. Günümüzde bazı kitap ve dergiler sadece elektronik ortamda yayınlanıyorken, bazıları ise hem elektronik hem basılı mecralarda yer almaya devam etmektedir. Gazetecilik de bu büyük dönüşümden nasibini almaktadır; birçok gazete basılı edisyonlarını

sonlandırıp yalnız İnternet ortamında var olma kararı almıştır. İnternet ve beraberinde getirdiği gelişmeler birçok iş kolunu, satış, pazarlama ve üretim biçimlerini etkilemiş/değiştirmiştir. Bu değişimden en çok etkilenen sektörlerden birisi de dergiciliktir.

Gazetelerin yaşadığı dijitalleşme süreci dergi sektörü için de geçerlidir. Tüik verilerine göre günümüz dergilerinin tirajlardaki azalmaları (www.tuik.gov.tr, 2018) (Bkz. Bölüm 2.2, Tablo 2) nedeniyle, bazı dergiler yayın hayatlarını sonlandırmakta ya da elektronik ortama geçmektedirler. Önemli diyebileceğimiz, belirli satış seviyesine ve ekonomik güce sahip bazı dergiler ise, hem basılı hem elektronik olarak iki mecrada da yer almaktadırlar. Hem basılı hem de elektronik mecrada yer alan bu dergiler için bazı tasarım problemleri ortaya çıkmıştır. Bir dergi iki farklı mecrada yer alıyorsa tasarımını bu iki mecrada dengeli ve tutarlı biçimde devam ettirmesi gerekmektedir. Bir derginin görsel kimliğini basılı mecra ile elektronik mecra arasında aynı benzerlikte ve tutarlıkta devam ettirebilmek günümüz için önemli bir sorun haline gelmiştir. Her ne kadar iki mecrayı da tasarımcılar tasarlıyor olsalar da, basılı bir dergi tasarlamak ile elektronik bir dergi tasarlamanın süreci ve pratikleri oldukça farklıdır. Basılı dergide tüm yazı ve metinler sabit yer ve büyüklükte tasarlanırken, elektronik edisyonda kayan, büyüyen ve küçülen, hatta yazı karakteri bile değişebilen metinlerin kullanılması mümkündür. Basılı dergide yalnız sabit boyutta illüstrasyon ve fotoğraf kullanılabilirken, elektronik dergilerde üzerine tıklandığında büyüyen fotoğraflar, hareketli görüntüler ve animasyonlar, video ve ses dosyaları oynatmak mümkündür. Ayrıca basılı dergiler sabit bir boyut için tasarlanırken, elektronik dergiler farklı ekran boyutlarında görüntülenebilecek ve okunabilecek esneklikte tasarlanmalıdırlar.

Tüm bu tasarım problemlerinin yanında kağıt fiyatlarındaki artışlar, ekolojik ve çevreci hassasiyetler, akıllı telefon ve tablet bilgisayar sayılarının kullanımlarındaki artışlar gibi etkenler basılı yayıncılığı tehdit etmekte ve elektronik mecraların kullanımını arttırmaktadır. Bu çalışmanın amacı dergilerin basılı ve elektronik edisyonlarını karşılaştırarak, iki mecra arasında tasarım devamlılığını sağlayıp sağlayamadıkları veya ne ölçüde sağlayabildiklerini araştırmak ve edinilen veriler sonucunda Akdeniz Üniversitesi tarafından düzenli biçimde yayımlanan

“Akdeniz’den” dergisi için hem basılı hem de elektronik mecra için bir tasarım önerisi oluşturmaktır.

Problem Durumu

Günümüz teknolojilerindeki gelişmeler her geçen gün yeni medya ve mecraların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Endüstri Devrimi’nin basım dünyasına getirdiği yenilikler yoluyla ortaya çıkan, önemli süreli yayın türlerinden biri olan dergiler, 19. ve 20. yüzyıllarda tüm dünyada yaygınlaşmıştır. Dünya üzerinde farklı ülkelerde içerik biçim ve tasarım açısından birbirinden farklı binlerce dergi basılı yayımlanmaktadır. 21. yüzyılda önce İnternetin ardından tablet bilgisayar ve akıllı telefonların icadı, dergilerin basılı mecraların yanında elektronik edisyonlarının da yayımlanmasına imkan sağlamıştır. Günümüzde dergiler iki farklı biçimde sayısal mecralara aktarılmaktadır: Birinci ve daha sık görülen yöntem; basılı versiyonlarının sayısal dosyalarını (PDF) İnternet ortamına yüklemektir. Bu tür dergiler basılı derginin aynısının İnternet üzerinden de okunmasını sağlarlar. Ancak dijital teknolojilerin imkanlarından oldukça sınırlı şekilde faydalanırlar. İkinci yöntem ise, basılı edisyonun yanında, yeni mecralara ait olan ses, video, animasyon, hiper metin gibi etkileşimli çoklu ortam verilerini de içeren, yalnızca elektronik ortamlar için yeni bir dergi tasarlamaktır. Bu çalışmada “elektronik dergi” kavramı ikinci yöntemi seçen, yalnız elektronik mecralarda okunması için, bu mecralara yönelik içerikler ile hazırlanan dergiler için kullanılmaktadır.

Günümüzde hem basılı hem de elektronik edisyonları ayrı ayrı tasarlanan dergilerde, basılı olarak tasarlanan dergi elektronik mecraya aktarıldığında görsel kimlik devamlılığının sağlanması bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırmada *National Geographic Türkiye, Skylife, Harvard Business Review Türkiye*, *Log* ve *Wired Magazine* gibi gezi-coğrafya, havayolu, iş-finans, ve teknoloji alanında dört adet Türkiye’den, bir adet Dünya’dan hem basılı hem de elektronik edisyon olarak yayımlanan ve alanında en yüksek satış rakamına sahip beş dergi seçilecek, dergilerin basılı edisyonları ile elektronik edisyonları arasındaki görsel kimlik devamlılığı, logo, sayfa yapısı, tipografik kararları, renk kullanımı gibi ögeler ışığında incelenecektir. Bu inceleme sonucunda yurt içi ve yurt dışında yayımlanan dergilerin

görsel kimliklerini elektronik ortama aktarıp aktaramadıkları ya da ne oranda aktarabildikleri araştırılmıştır.

Bu araştırma sonucunda ortaya çıkan verilerin ışığında, Akdeniz Üniversitesi, Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü tarafından 2016 yılının sonundan itibaren basılı olarak yayımlanmaya başlanan "Akdeniz'den" dergisinin elektronik edisyonu için bir tasarım önerisi sunulmuştur.

Problem Cümlesi

Hem basılı hem de elektronik edisyonları ayrı ayrı tasarlanan dergilerde, basılı olarak tasarlanan dergi sayısal mecraya aktarıldığında görsel kimlik devamlılığı sağlanmakta mıdır?

Araştırmanın Amacı

"Basılı ve Elektronik Dergilerin Görsel Kimlik Devamlılığın İncelenmesi ve Elektronik Dergi Tasarımı Önerisi" başlıklı tezin amacı; basılı dergiler ile elektronik dergiler arasındaki kimlik tutarlılığını araştırmak ve logo, renk, sayfa yapısı/grid, tipografi gibi grafik tasarım ögeleri açısından tutarlı görsel kimliğe sahip olan bir dergi tasarımı önermektir.

Araştırmanın Önemi

Kişisel kimlik (self promotion), kurumsal kimlik, ürün kimliği, editöryal kimlik gibi başlıklar altında toplanabilecek olan kimlik tasarımı ve kimlik sürekliliği grafik tasarımın en önde gelen konularından bir tanesidir. Görsel kimlik sürekliliği ve tutarlılığı süreli yayın tasarımında oldukça önemli bir role sahiptir. Okuyucuların bir hafta, bir ay, üç ay veya altı ay gibi aralıklarla yayımlanan dergiyi tanımaları, sahiplenmeleri ve o yayınla hem içeriksel hem de görsel bir bağ kurmaları editöryal içeriğinin yanında, derginin tasarımı ile de ilgilidir. Görsel kimliğini devam ettiremeyen yayınlar stantlardaki dergi kalabalığının arasında görünemez ve algılanamazlar. Günümüzdeki teknolojik gelişmelerin sağladığı yenilikler, süreli yayınlar için yeni bir görsel kimlik devamlılığı alanı ortaya çıkartmışlardır. Bu alanla ilgili yapılmış ulusal ve uluslararası çalışma sayısı oldukça azdır. Yapılmış olan

çalışmaların birçoğu tablet bilgisayarlar ve akıllı telefonlar öncesine aittir. Bu nedenle bu çalışma akademik dünyaya mobil mecralar açısından yeni bilgiler ve tasarım önerileri sunmayı hedeflemektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, bu konu hakkında daha önce yazılmış tez, kitap ve bilimsel makaleler literatür taraması ile incelenmiştir. Ardından *National Geographic Türkiye, Skylife, Harvard Business Review Türkiye*, *Log* ve *Wired Magazine* gibi gezi-coğrafya, havayolu, iş-finans, ve teknoloji alanlarından dört adet Türkiye'den, bir adet Dünya'dan hem basılı hem de elektronik edisyon olarak yayımlanan ve bu alanlarda yüksek satış rakamına sahip toplam beş adet dergi seçilmiştir. Satış rakamlarında Medyatava'nın verilerinden faydalanılmıştır (www.medyatava.com, 2016). Seçilen dergilerin basılı edisyonları ile elektronik edisyonları arasındaki görsel kimlik devamlılığı, logo, kapak ve biçim kullanımı; sayfa yapısı; renk kullanımı; tipografik kararlar; etkileşim-dolaşım-işlev (yalnız elektronik edisyonlar için) gibi ögeler açısından incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda yurt içi ve yurt dışında yayımlanan dergilerin basılı edisyonlarındaki görsel kimliklerini, elektronik ortama aktarıp aktaramadıkları veya ne oranda aktarabildikleri ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen bilgilerin sonucunda "Akdeniz'den" dergisi için basılı ve elektronik edisyonu bulunan bir dergi tasarımı önerisi tasarlanmış ve bu dergi çalışmanın uygulamalı kısmını oluşturmuştur.

Bu çalışmanın evrenini, hem elektronik (etkileşimli) hem de basılı edisyon olarak yayınlanan dergiler; örneklemini ise seçilmiş olan beş dergi oluşturmaktadır.

Sınırlılıklar

Bu araştırmada;

1. Gezi-coğrafya, havayolu, iş-finans ve teknoloji alanlarından dört adet Türkiye'den, bir adet Dünya'dan hem basılı hem de elektronik edisyon olarak yayımlanan beş derginin basılı edisyonları ile elektronik edisyonları arasındaki görsel kimlik devamlılığı karşılaştırılmıştır.

2. Konuyu destekleyecek şekilde, akıllı cihazlar için bir adet uygulama çalışması yapılmıştır.

3. Uygulama çalışmasında yer alan çoklu ortam ve etkileşim özellikleri, kullanılan yazılımların (Adobe InDesign CC 2019, Adobe XD CC 2019) imkanlarıyla sınırlıdır.

Tanımlar

Dergilerin görsel kimliği terimi, logo kullanımı, renk seçimi, grid ve sayfa yapısı, tipografik kararlar gibi temel grafik tasarım ögelerinin tutarlı bir biçimde kullanımını ifade etmektedir.

Basılı Dergi, en az bin adet endüstriyel ofset, web ofset ya da tifdruk matbaa makinelerinde çoğaltılan ve aylık bazda ulusal veya uluslararası dağıtımı yapılan süreli yayınları ifade etmektedir.

Elektronik dergi ise yalnız sayısal mecralarda görüntülenmek için, özel olarak tasarlanan ve ses, video, animasyon, hiper metin, kayan metin gibi sayısal mecralara ait etkileşimli çoklu ortam ögelerini de içeren süreli yayınları ifade etmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM: BASILI VE ELEKTRONİK DERGİ YAYINLARI

İnsanoğlu birbiriyle iletişiminden doğan gereksinimle yaşadığı duygu, düşünce ve edindiği bilgiyi gelecek nesillere aktarma ihtiyacı hissetmiş ve belirli sembol ve işaretlerle bu ihtiyacını karşılamaya çalışmıştır. İnsanın en büyük buluşu olan yazı ilk olarak MÖ. 3000-4000 yılları arasında Mezopotamya'da varlığını sürdüren Sümer Uygarlığı tarafından kullanılmış ve tarih boyunca gelişerek günümüze kadar gelmiştir. "Yazı, düşüncelerimizi, duygularımızı, isteklerimizi başkalarına iletmek, ya da unutulmaktan kurtarmak için kullanılan işaretler sistemidir" (İnuğur,1982:27). Yazının icadı ile belgeleme niteliği taşıyan tüm alanlarda kolaylık sağlanmış ve bu icad yeni ihtiyaçları da beraberinde getirmiştir. Bu ihtiyaçlardan birisi kağıt üretimidir. Günümüzde kullanılan biçimiyle ilk kağıt, M.Ö. 200'lerde Çin'de üretilmiştir. M.S. 7. yüzyılda kağıt yapımı diğer milletler tarafından öğrenilmiş, kağıt yapımına geçilmiştir. 15. yüzyılda ise kağıt üretimi artmış, bunun devamında 1440 yılında Alman Johannes Gutenberg hareketli metal harflerle baskı yapabilen bir matbaa sistemi icad ederek kitap ve diğer yazılı mecraların seri üretiminin temellerini atmıştır. Tüm bu gelişmelerin ve özellikle insanlık tarihinin en önemli buluşlarından olan matbaanın icadı ile bilginin geniş kitlelere ekonomik bir şekilde ulaşması, basın ve yayın tarihinin de doğup gelişmesine önayak olmuştur. Avrupa'da ilk başlarda basılı haber mektupları yaygınlaşmış, bunlar zamanla gelişerek 17. yüzyılda modern anlamıyla basın ve yayıncılık ortaya çıkmıştır (İnuğur, 1982:57).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde *yayın*, "kitap, gazete vb. okunacak şeylerin basılıp dağıtılması" ve yine aynı sözlükte "herhangi bir eserin radyo ve televizyon aracılığıyla dinleyiciye, seyirciye ulaştırılması, neşir" olarak açıklanmaktadır. Tanses Gülsoy ise yayının tanımını "dergi, gazete, kitap, araştırma raporu vb. belgeleri basım yoluyla çoğaltarak okurlara sunmak" şeklinde yapmaktadır (Gülsoy, 1999: 421). Buna göre yayıncılık bir haberi, bilgiyi ve düşünceyi kitlelere aktarma eylemidir. Yayından bahsedilirken süreli yayın kavramı da karşımıza çıkar; belli aralıklarla düzenli olarak yayımlanan yazılı materyaller gazete ve dergilerdir. Süreli yayınlar, haftalık, aylık ya da yıllık gibi belli periyodik aralıklarla çıkarılan yayınlardır.

Süreli yayınların gazete dışındaki en önemli türü olan "dergi" ya da eski dildeki karşılığıyla "mecmua" adını derlemek ve toplamak anlamlarını taşıyan sözcüklerden almıştır (Kocabaşoğlu, 1984: 3).

Türk Dil Kurumu dergiyi**,** "siyaset, edebiyat, teknik, ekonomi vb. konuları inceleyen ve belirli aralıklarla çıkan süreli yayın, bülten, mecmua" (www.tdk.gov.tr); Encyclopedia Britannica ise "periyodik olarak düzenli aralıklarla üretilen (gazeteler haricinde), genellikle resimli, basılı ya da dijital olarak yayımlanmış metinler (denemeler, makaleler, öyküler, şiirler) koleksiyonu" (www.britannica.com) olarak tanımlamaktadır. Dergiler genellikle belli bir hedef kitle ve özel bir içerik üzerine kurulmuş; siyaset, ekonomi, bilim, felsefe, edebiyat, tarih, kadın, çocuk, erkek, spor, sağlık, tasarım, teknoloji, gezi ve moda gibi belli alanlara yönelik çeşitlilik arz eden, dijital ve/veya basılı olarak periyodik yayımlanan süreli yayınlardır.

Ayla Yapar Gönenç "Türkiye'de ve Fransa'da Dergicilik ve Kadın Dergileri" adlı kitabında bir yayının dergi tanımını karşılaması ve okurlar tarafından dergi olarak algılanabilmesi için barındırması gereken beş özelliği şu şekilde sıralamıştır.

- Düzenli bir yayın aralığının bulunması (en az haftada bir-en fazla üç ayda bir),
- İçinde okunacak metinlerin yer alması,
- Okurlar tarafından talep edilmesi ya da para karşılığında satın alınması,
- Diğer yayınlardan bağımsız olarak dağıtılması,
- Ciltli olması (Gönenç, 2006:8)[1].

1.1. Dünya'da ve Türkiye'de Basılı Dergi Yayınları

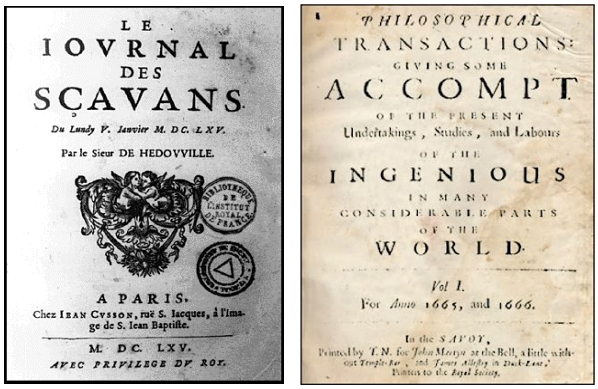
Tarihsel süreç içinde dergiler başlangıçta el yazması kitapçık, el ilanı, balad, halk masalı ve almanaklara kadar uzanmış, Avrupa'da basımcılığın gelişmesinden sonra gerçek anlamda dergiler çıkmaya başlamıştır (Ana Britannica,1986:162). Dergiciliğin başlangıcı, yeni çıkan kitapların duyuru amaçlı ilanlarının gazetelerde çıkmaya başladığı 17. yüzyıla kadar uzanmaktadır (Görsel Büyük Genel Kültür Ansiklopedisi,1999:2641). Bu yüzyılda sosyal, kültürel ve bilimsel alanlardaki

[1] Yayın 2006 yılına ait olduğu için, elektronik dergi kavramı henüz yaygınlaşmamıştı.

ilerlemelerin sonucunda dergicilik kavramı da değişmiş ve gazetecilikten farklı bir yapıya bürünmüştür.

Tarihte bilinen ilk dergiyle ilgili bilgiler farklı kaynaklarda farklı şekillerde geçmektedir. Görsel Büyük Genel Kültür Ansiklopedisi'ne göre dünyada yayınlanan ilk dergi, 1665 yılında Denys de Sallo'nun çıkardığı, önemli kitapların konusu ve yazarları hakkında bilgi veren, bunun yanı sıra sanat, felsefe, bilim üzerine yorumların da bulunduğu *Le Journal des Savants* (Bilgeler Dergisi, 1665)'dır. Encyclopedia Britannica'da tarihteki ilk dergi; Almanya'da 1663-1668 yılları arasında yayınlanan *Erbauliche Monaths-Unterredungen* (Örnek Aylık Düşünceler) olarak geçmektedir (www.britannica.com). M. Nuri İnuğur ise Basın ve Yayın Tarihi adlı yapıtında dergi niteliğinde ilk edebi ve ilmi yayının 1665 yılında Paris'te yayınlanan *Journal des Savants* (Bilgeler Dergisi) olduğunu ve devamında aynı yıl İngiltere'de *Philosophical Transacnons*'ın (Felsefe Raporları) yayına girdiğini belirtmektedir (İnuğur, 1982:58) (Resim 1). Dergi olarak adlandırılan bu yapıtlar daha çok süreli yayındı ancak "…*dergi* adıyla ilk süreli yayın, 1731'de ABD'de yayın hayatına başlayan *The Gentlemen's Magazine*'di" (Tuncay, 1998:12) (Resim 2).

Resim 1. *Journal des Savants* (sol) ve *Philosophical Transacnons* (sağ) dergilerine ait görüntüler



Kaynak: http://classes.bnf.fr/dossitsm.htm / https://www.pinterest.fr/pin/500744052293024240/2018

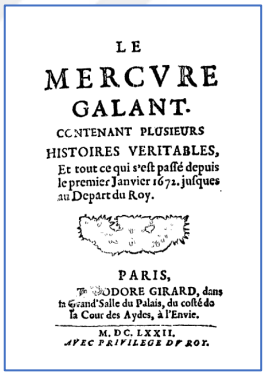
Resim 2. *The Gentlemen's Magazine* (1731) dergisinin kapak ve iç sayfasına ait görüntüler



Kaynak: https://www.otago.ac.nz/library/exhibitions/18thc/cabinet11/index.html / 2018

Avrupa'da yakın tarihlerde benzer içerikli yayınlar birbirini takip etmiş, eleştirel yazılar içeren edebiyat dergileri de boy göstermeye başlamıştır. İnsanları eğlendirmeye, meraklarını gidermeye ve yararlı öğütler vermeye yönelik hafif dergi türü 1672'de yayımlanan *Mercure Galant* ile başlamış ve kısa sürede tutulmuştur (Ana Britannica, 1986:162) (Resim 3).

Resim 3. *Mercure Galant* (1672) dergisine ait kapak görüntüsü

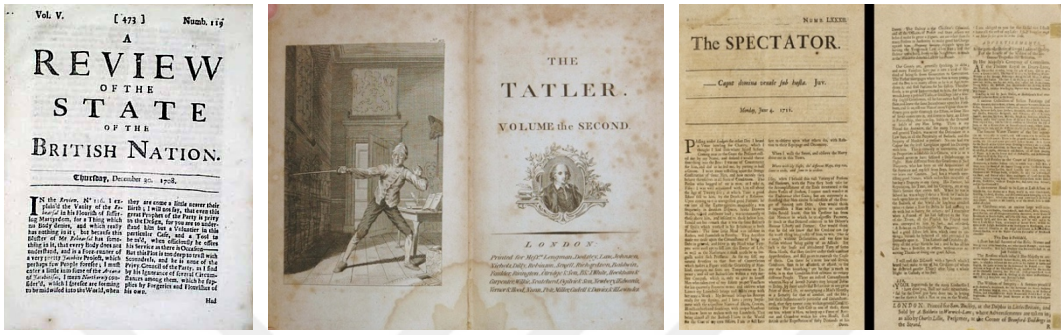


Kaynak: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:1672_Mercure_Galant_January_title_page.png/2018

18. yüzyılda okuryazarlığın artması ile dergicilik kavramı daha da oturmuş, İngiltere'de *Review* (1704-1713), *The Tatler* (1709-1711) ve *The Spectator* (1711-1714) gibi dergiler kısa aralıklarla yayınlanmasına rağmen büyük yankı uyandırmıştır (Bkz. Resim 4). İlerleyen süreçte bu yayınları dönemin edebi ve siyasi durumlarını konu alan deneme ve makalelere sahip dergiler takip etmiştir. Diğer Avrupa ülkelerinde Schiller'in *Die Horren* (1795-1797), Goethe'nin *Propylaen* (1798-1800) ve F. J. Bertuch'un *Allgemeine Literatur-zeitung* (1785-1849) gibi edebiyat dergileri

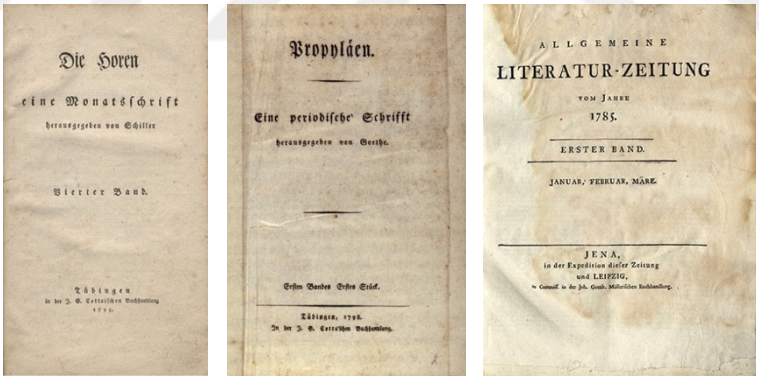
yayınlanmıştır (Resim 5). Amerika'da ise okurları eğlendirmeye yönelik yerel yayınlar çıkmış ve bunların arasında *American Museum* (1787-1792) (Resim 6) ve *New York Magazine* (1790-1792) dergileri öne çıkmıştır (Ana Britannica, 1986:162).

Resim 4. (Sırasıyla) *Review* (1708), *The Tatler* (1709) ve *The Spectator* (1711) dergilerine ait görüntüler



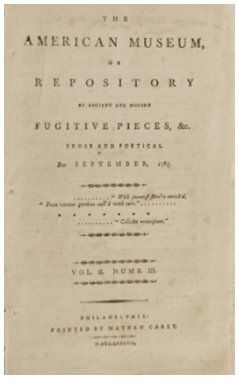
Kaynak: http://www.rarenewspapers.com/view/207535, https://ocanasen.es.tl/Download-The-Tatler-book.htm, https://ayudahispano-3000.blogspot.com/2015/10/publicaciones-por-ano-de-fundacion_31.html / 2018

Resim 5. (Sırasıyla) *Die Horren* (1795), *Propylaen* (1798) ve *Allgemeine Literatur-zeitung* (1785) dergilerine ait görüntüler



Kaynak: https://www.ebay.de/itm/Friedrich-Schiller-DIE-HOREN-1795/ http://www.goethezeitportal.de/fileadmin/Images/db/wiss/goethe/schnellkurs_goethe/propylaeen.jpg / https://www.iisf.it/index.php/pubblicazioni-e-archivi/archivio-attivita / 2018

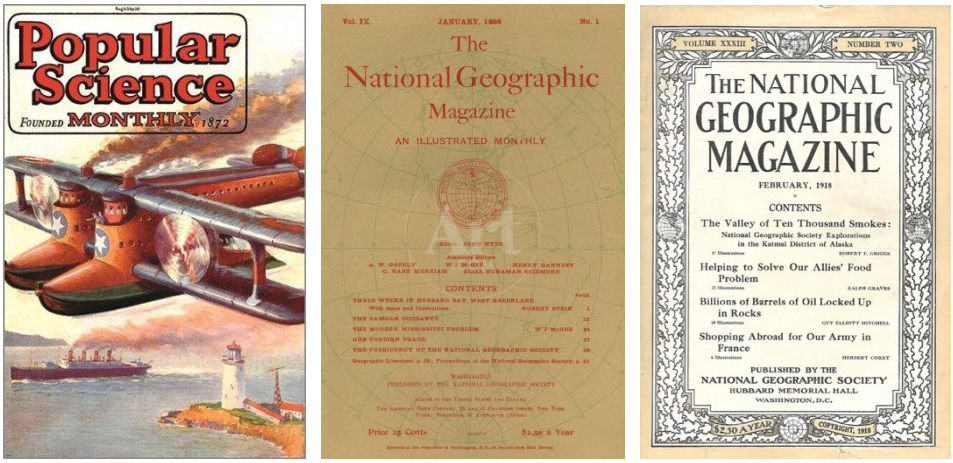
Resim 6. *American Museum* (1787) dergisine ait görüntü



Kaynak: https://historical.ha.com/itm/books/pamphlets-and-tracts/the-american-museum / 2018

Batı'nın etkisiyle beraber Avusturalya, Hindistan ve Çin gibi ülkelerde ilk dergiler 19.yy'da çıkmaya başlamıştır (Ana Britannica, 1986:162). "ABD'de 19. yüzyılın ilk çeyreğinde 500'ün üstünde, ortalarındaysa yaklaşık 600 dergi yayımlanmaktaydı" (Görsel Büyük Genel Kültür Ansiklopedisi, 1999:2641). Bu dönemlerde Amerika'da edebiyat alanında yerel düzeydeki yayınlar yerini en seçkin edebiyat dergilerine bıraktı. Bilim alanında *Popular Science Monthly* (1872) ve coğrafi keşif alanında *National Geographic Magazine* (1888) dönemin öne çıkan dergileridir (Ana Britannica, 1986:162) (Resim 7).

Resim 7. (Sırasıyla) *Popular Science Monthly* (1872), *National Geographic Magazine* (1888) ve (1918) dergilerine ait kapak görüntüleri



Kaynak: https://poster-merchant.myshopify.com/products/vintage-magazine-cover-poster
https://www.art.com/products/p42809218899-sa-i10130345/cover-of-the-january-1898
https://www.tollebild.com/bilden/100-years-ago-today-1918-8a.html / 2018

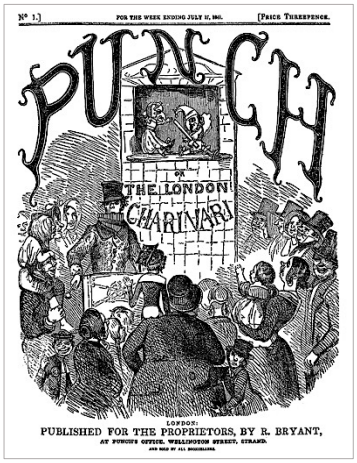
19. yüzyıl Avrupası'nda ise gelişen teknoloji ile birlikte fiyatlarını düşürmek isteyen dergiler; tiraj artırma yoluna gitmiş, yeni meslek gruplarını ve okurun hobilerini hedefleyen, özel içerikli yayınlara yönelerek daha geniş okur kitlesine ulaşmayı amaçlamışlardır (Tuncay, 1998:13). Aile, kadın ve çocuk gibi belirli kitlelere hitap eden bu dergilerde resimlerin kullanımına çokça yer verilmiş ve aynı zamanda kolay okunan edebiyat dergileri de yaygınlaşmıştır. Fiyatların düşmesiyle birlikte artan satışlar, reklamların dergi mecrasında da çokça yer bulmasını sağlamıştır. Aile kavramının önemsendiği bu dönemde dergi çeşidi olarak kadın dergileri gelişmeye başlamış. Giyim, mutfak ve ev işleriyle ilgili yararlı bilgiler barındıran bu dergiler, adab-ı muaşeret ve moda konularına da kılavuzluk etmiş, *The Lady* (1885), *Harper's Bazar* (1867, 1929'dan sonra *Harper's Bazaar*) ve *Vogue* (1892) gibi nitelikli kadın dergilerinin ön plana çıkmasını sağlamıştır (Resim 8). Aynı dönemlerde İngiliz yaşam tarzını alaycı bir tavırla ele alan *Punch* (1841) ve bilimsel düşünceleri yaymayı amaçlayan *Nature* (1869) dergileri yayın hayatına girmiştir (Ana Britannica, 1986: 162) (Resim 9).

Resim 8. (Sırasıyla) *The Lady* (1885), *Harper's Bazaar* (1867) ve *Vogue* (1892) dergilerine ait görüntüler



Kaynak: http://news.bbc.co.uk/today/hi/today/newsid_7976000/7976953.stm / https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a18658/history-of-harpers-bazaar/ https://www.vogue.com/article/vogue / 2018

Resim 9. (Sırasıyla) *Punch* (1841) ve *Nature* (1869) dergilerine ait görüntüler



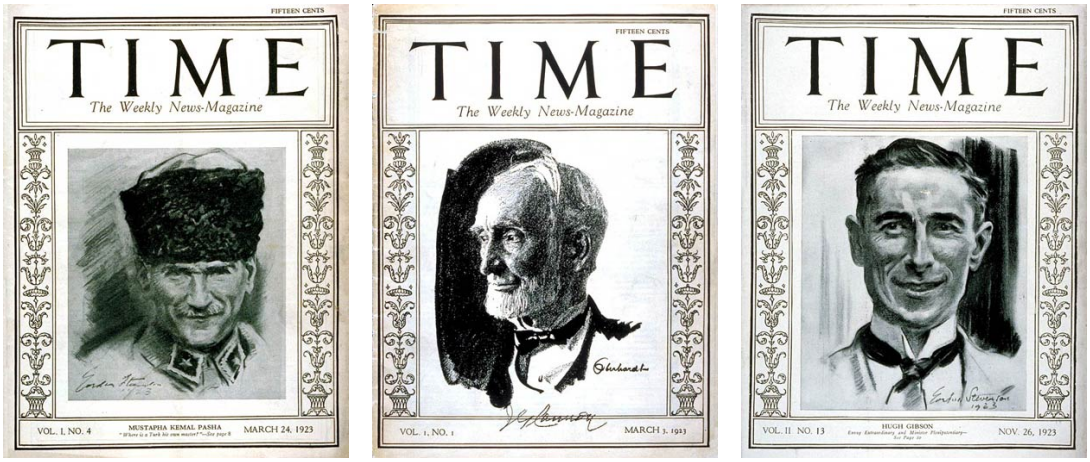


Kaynak: https://punch.photoshelter.com/image/I0000OSypjlVg8Lg / https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Nature_cover,_November_4,_1869.jpg / 2018

20. yüzyılda dergiler, teknolojik gelişmelerle ve artan okur kitlesiyle yüksek tiraj rakamlarına ulaşmış, üretim maliyetlerini karşılamak için reklam gelirlerine ağırlık vermeye başlamıştır. Dergilerin içerik ve hedef kitleleri düşünüldüğünde bu mecralarda ürün tanıtımına uygun ortam oluşmuş, bu nedenle reklam verenler ve reklam ajansları dergilere daha da ilgi duymaya başlamıştır. Reklamlar sayesinde renkli baskıya geçilmiş ve sayfa düzenleri daha dikkat çekici hale gelmiştir.

I. Dünya Savaşı'ndan sonra siyasal, toplumsal değişim ve 20. yüzyılın toplum yaşamına getirdiği hareketlilik, kısa yoldan bilgi edinme ve haber alma ihtiyacını beraberinde getirmiş ve bu ihtiyacı karşılayan yeni dergi türlerinin çıkmasına zemin oluşturmuştur. Bunun ilk örneği haber dergiciliğine öncülük eden Amerikan dergisi *Time* (1923) olmuştur (Resim 10). Güncel olaylara bütünsel yaklaşması, doğru haber kaynaklarını referans alması ve bağımsız bir yayın anlayışını temel alması *Time* dergisinin başarısını beraberinde getirmiş, diğer haber dergilerinin tüm dünyada yaygınlaşması için örnek teşkil etmiştir. ABD'de *Business Week* (1929) ve *Newsweek* (1933), İngiltere'de *New Review* (1936), Fransa'da *L'Express* (1955) ve *Der Spiegel* (1947) gibi haber alanında önemli dergiler yayınlanmaya başlamıştır (Ana Britannica, 1986:162).

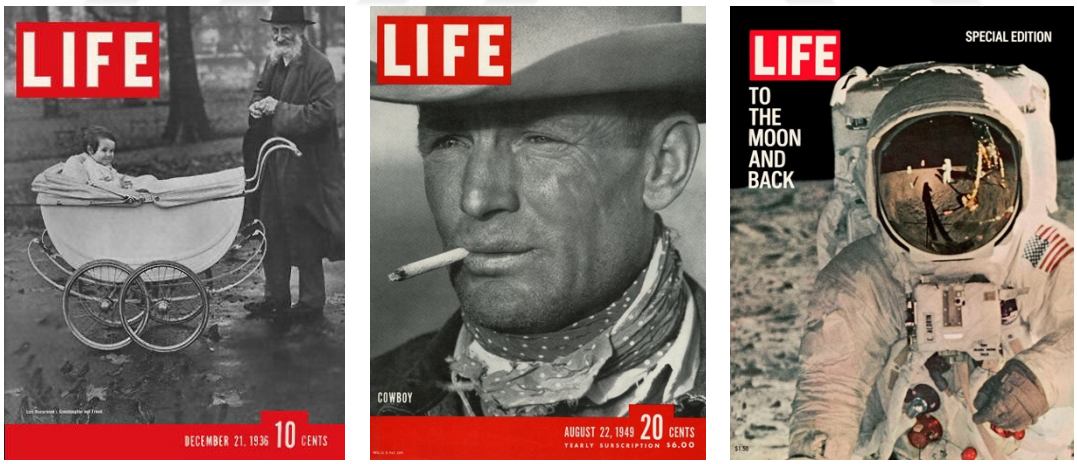
Resim 10. *Time* (1923) dergisine ait kapak görüntüleri



Kaynak: http://time.com/vault/year/1923/ 2019

"Renkli baskı ve sonrasında 1923'de 35 mm. *Leica* taşınabilir fotoğraf makinesinin icadıyla haber dergiciliği büyük değer kazanmıştır. *Life* (1936-1972-1978) (Resim 11) büyük boy fotoğrafları ile hemen her Amerikalının evine girmiştir" (Tuncay, 1998:13).

Resim 11. *Life* (1936, 1949, 1969) dergisine ait kapak görüntüleri



Kaynak: https://www.oldlifemagazines.com/the-1930s/1936.html?limit=60/
https://www.oldlifemagazines.com/the-1940s/1949.html?p=2 /
https://www.oldlifemagazines.com/the-1960s/1969.html?p=2 / 2018

Türkiye'de dergilerin gelişimi ise Avrupa ve Amerika'daki örneklere kıyasla daha geç olmuştur. Avrupa'da 17.yy'da ilk örneklerini gördüğümüz dergilerin, ülkemizdeki ilk örneklerine ancak 19.yy'da rastlamaktadır. Matbaanın ülkemizde geç kurulması nedeniyle basın ve yayın tarihimiz olumsuz etkilenmiş ve birçok basılı

yayın Avrupa ve Amerika'dan ancak iki yüzyıl sonra gecikmeli olarak hayatımıza girmiştir.

Avrupa'da ilk dergi örnekleri gibi ülkemizdeki ilk dergiler de bilimsel içerik taşımaktadır. Kimi basın tarihçilerine göre bilinen ilk Türk dergisi, litografi (taş baskı) tekniğiyle basılan *Vakayi-i Tıbbiye*'dir (Çeviker, 2001:6). 1849-1851 yılları arasında toplam 28 sayı olarak yayınlanmış bir tıp dergisidir (Gönenç, 2011:64) (Resim 12).

Resim 12. *Vakayi-i Tabbiye* (1849) dergisine ait görüntü



Kaynak: (Çeviker, 2001:6)

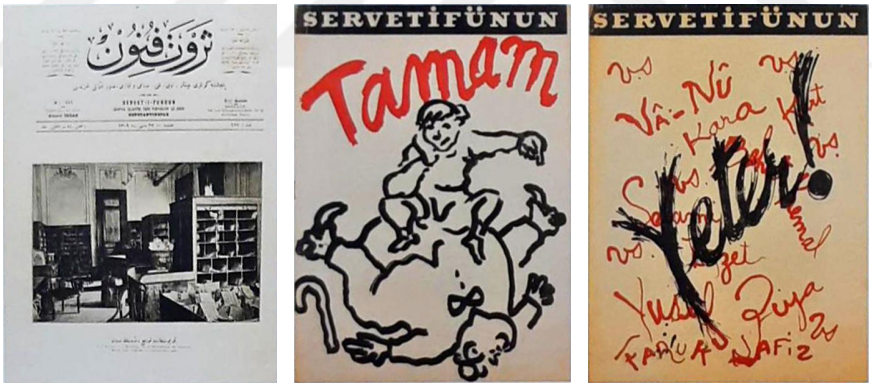
Temmuz 1862 'de *Mecmua-i Fünun* dergisi yayımlanmıştır (Nalcıoğlu, 2013: 11). Münif Paşa tarafından kurulan Cemiyet-i İlmiyeyi Osmaniye derneğinin yayın organı tarafından, Türkçe ve Fransızca olarak iki nüsha halinde yayımlan bu dergi; fizik, kimya, felsefe, ruhbilim, toplumbilim, tarih ve coğrafya konularını içermektedir. *Mecmua-i Fünun* dergisine rakip olarak ise *Mecmua-i İbritname* dergisi çıkmıştır. Bu dönemlerde birçok dergi yayın hayatına girmiştir. Aynı dönemlerde *Takvim-i Ticaret, Ayine-i Vatan, Tuhfet-ül Tıb, Cüzdan* adlı dergiler de çıkarılmış ancak bu dergilerin çoğu yalnızca bir sayı yayımlanmıştır (Gönenç, 2011:64). 1873 yılında yayımlanan *Cüzdan* dergisi ise magazin türünde ilk süreli yayındır (Görsel Büyük Genel Kültür Ansiklopedisi, 1999:2641).

İlk resimli Türk dergisi ise *Mirat* olmuştur. 1862 yılında Mustafa Refik tarafından çıkarılan derginin ömrü ise üç sayı ile sınırlı kalmıştır. İlk müzik dergisi

olma özelliğini taşıyan dergi ise *Musiki-i Osmani*'dir. İlk çocuk dergisi ise *Mümeyyiz* adlı dergidir. Dergi 1869 yılında bir gazetenin haftalık eki olarak yayımlanmış ve toplam 49 sayı çıkarılmıştır. İlk mizah dergisi ise 1869 yılında Thedor Kasap tarafından yayınlanan *Diyojen* adlı dergidir. Aynı dönemlerde *Dağarcık, Kırk Anbar, Keşkül, Mitat-İber, Muharrir, Derme-Çatma, Yadigar* ve *Mecmua-i Ulum* yer dergileri yayımlanmıştır (Gönenç, 2011:64-65).

> "19. yüzyılın son on yılına damgasını vuran dergi *Servet-i Fünun*'dur (Bkz. Resim 2.18). II. Abdülhamid döneminde, siyasal düşüncenin baskı altında tutulduğu bir ortamda ortaya çıkan *Servet-i Fünun* yeni bir fikir ve edebiyat çığırı başlatmıştır. 1891 Mart ayında Ahmed İhsan Tokgöz tarafından yayımlanmaya başlayan dergi, ansiklopedist gelenek doğrultusunda, başlangıçta Batı kökenli bilimsel ve teknik bilgilerle donatılmıştır. *Servet-i Fünun*, yazı işleri müdürlüğüne Tevfik Fikret'in getirilmesinden sonra edebiyat ve sanat ağırlıklı bir dergi olmuştur. Ancak derginin fikir dergiciliği alanında da önemli bir yeri vardır" (Toprak, 2001:145) (Resim 13).

Resim 13. *Servet-i Fünun* dergisine ait kapak görüntüleri ve Abidin Dino'ya ait kapak tasarımları (orta ve sağ)



Kaynak: (Haydaroğlu, 2001:145)

Batı edebiyatından etkilenen *Servet-i Fünun* dergisine rakip olarak çıkan ve eski edebiyatı savunan *Malumat* dergisi ise 1894 yılında yayımlanmıştır. 1880 -1890 yılları arasında elli dergi yayımlanmış ve bu dergiler arasında en önemlisi ise *Mecmua-i Ebüzziya* (1880) dergisidir. 1908 yılında II. Meşrutiyetle birlikte dergi sayısı ve türleri yönünden bir artış olmuştur. Çeşitli düşünce akımları ve Batılılaşma çabalarının etkisi bu artışta büyük rol oynamış ve düşünce akımları kendi yayın organlarını da çıkartmaya başlamıştır. *Ulum-u İktisadiye, Türk Yurdu, Genç Kalemler* ve *Felsefe* gibi çeşitli düşünce akımlarına ait dergiler yayımlanmıştır. Bu dönemde ayrıca mizah,

çocuk, kadın, sanat, eğlence, iktisat, din ve müzik dergileri yayımlanmıştır. 1908-1911 yılları arasında mizah dergisi *Kalem* yayımlanmıştır. *Davul* (1908), *Alem* (1909) ve Cem (1910) ise dönemin en önemli karikatür ağırlıklı mizah dergileridir. Kurtuluş Savaşı döneminde dergilerin çoğu milli mücadelenin yanında yer almış; *Büyük Mecmua* (1919), Ümid (1919), Kurtuluş (1919), *Aydede* (1920), *Aydınlık* (1921) ve *Dergah* (1921) ise bu dönemin en önemli dergileri arasındadır. Bu dönemin İstanbul basınında en aktif rol oynayan gazetecisi Sedat Simavi çeşitli türlerde dergiler çıkartmıştır. Bu dergiler: *Hande* (1916-1917, mizah), *Diken* (1918-1919, mizah), *İnci* (1919, kadın), *Hanım* (1921, kadın), *Yeni İnci* (1922, kadın) ve *Hacıyatmaz* (1921, çocuk)'dır. Cumhuriyet döneminin başlıca dergileri ise: *Milli Mecmua* (1923), *Haftalık Mecmua* (1925) ve *Hayat*'dır (1926). Ayrıca Sedat Simavi, 1933 yılında sayfalarının çizgi ve illüstrasyonlardan oluştuğu, ağırlıklı olarak kadın ve aile konularının olduğu siyasal nitelikli *7 Gün* dergisini de çıkartmıştır. Dergi o dönemde 54 bin satarak, Türk Dergicilik tarihine en çok satan dergi olarak geçmiştir (Gönenç, 2011:65-68) (Resim 14).

Resim 14. *Mecmua-i Ebuzziya (sol), Diken (orta) ve 7 Gün (sağ)* dergilerine ait kapak görüntüleri



Kaynak: (Haydaroğlu, 2001:145)

Doğan Kardeş dergisi (1945-1978) ise, Kazım Taşkent'in kuruculuğunda ve Vedat Nedim Tör'ün yönetiminde 1945 yılında yayımlanmıştır (Çelik, 2014).

Çok partili dönem ve sonrasında daha çok siyasi dergiler artmıştır. 1952 yılında *Resimli Hayat* dergisi haftalık olarak yayımlanmaya başlamıştır. 1978 yılına kadar devam eden, bol görsele ve güncel konulara sahip bu dergi tifdruk (çukur baskı) baskı tekniğiyle basılmıştır. 1954-1968 yılları arasında ise Metin Toker tarafından haftalık yayımlanan *Akis* dergisi, bugünkü haber dergiciliğine yakın ilk haber dergisi niteliğini taşımaktadır. Dergi; politika, ekonomi, moda, kadın, tıp, sinema, sanat, spor ve kültür gibi konuları içermektedir. *Devir, Kim* ve *Forum* dergileri ise dönemin dergileri arasındadır. 1972'de Oğuz Aral yönetiminde mizah dergisi *Gırgır,* 1980 sonrası ise *Fırt, Çarşaf* ve *Gergadan* mizah dergileri yayımlanmıştır. 1980 sonrası yayımlanan diğer bazı dergiler ise magazin türünde (haftalık) "*Hafta Sonu, Haftanın Sesi, Ses*, *Hayat*"; çocuk türünde (haftalık) "*Milliyet Çocuk, Tercüman Çocuk, Türkiye Çocuk, Hürriyet Çocuk*"; siyasi türde (haftalık) "*Nokta, Yankı*" şeklindedir. Aylık olarak yayımlananlar ise *Ev Kadını, Erkekçe, Bilim Teknik, Bravo, Onyedi, Kadınca, Kadın* ve *Argos* dergileridir (Gönenç, 2011: 71-74).

Yazılı basının da içinde bulunduğu günümüz Türkiye'sinde teknolojinin ilerlemesi ile beraber okur, gazete ve dergileri elektronik ortamlarda okumayı tercih etmektedir. Birçok gazete ve dergi kuruluşları basılı edisyonlarını sonlandırma kararı almakta ya da elektronik mecralarda da var olmaya çalışmaktadır. Bazıları ise kağıt, dağıtım, personel giderlerine rağmen basılı halleriyle varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

Nisan 2015 yılında Can Yayınları bünyesinde yayın hayatına başlayan ve bir spor dergisi olan *Socrates* dergisi, Türkiye'nin dergicilik tarihinde bir ilke imza atarak Almanca edisyonu ile Türkiye'den yurt dışına ihraç edilen ilk dergi ünvanını kazanmıştır (Özöğretmen, 2016). Tasarımı ve özenli editöryal içeriğiyle de öne çıkan *Socrates* dergisi, PDF formatlı elektronik edisyonu ile de okurlarıyla buluşmaktadır. Yakaladığı bu başarı ile Türk dergicilik sektörünün geleceğine umut ışığı olmuştur.

1.2. Dünya'da ve Türkiye'de Elektronik Yayınlar

Eby "Elektronik yayıncılığın kısaltılmış hali olan e-yayıncılık; e-kitap, e-dergi, e-gazete, e-kütüphane ve dokümantasyon, gibi ortamlar aracılığıyla sunulan sayısal (dijital) bilgilerin/yayınların basımı, yayınlanması, dağıtımı, anında güncellenmesi ve gerektiğinde yeniden gözden geçirilmesi etkinlikleridir" (Eby, 2013:77) şeklinde tanımlamaktadır. Tonta ve Ünal tanımı: Elektronik yayıncılık, belgelerin; elektronik ortamlar veya ağlar üzerinden arşivlenmesi, erişilebilmesi ve yayılmasıdır (Tonta ve Ünal, 2005:84-94) olarak yaparken; Yusuf Keş elektronik yayıncılığı, "bilginin, yazılımın ya da sanatın, İnternet, CD-ROM ya da diğer elektronik araçlar yardımıyla elektronik olarak üretilmesi ve izleyiciye ulaştırılması" şeklinde aktarmıştır (Aktaran: Keş, 2009:1). Schauder ise (Schauder, 1994:71) e-yayıncılık kavramını "tam metinli makalelerin bilgisayar temelli depolama araçlarından olan diskler aracılığıyla elektronik olarak yayılması ve arşivlenmesi" şeklinde açıklamış ve tanımı genişletmiştir. "E-yayıncılıkta bilgisayardan yararlanma biçimleri iki şekilde görülebilir. Bu aşamalardan birincisi yayının hazırlanış aşaması, bir diğeri ise kullanıcılara ulaştırılması aşamasıdır" (Keş, 2009:1)

> "Elektronik yayımcılık kapsamına bilginin sunum ortamı olarak yalnızca CD/DVD, disket veya İnternet değil, radyo, televizyon, faks da girmektedir. Fakat günümüzde elektronik yayımcılık terimi, sadece İnternet üzerinden yapılan yayımcılık biçimi için kullanılmaktadır. Ayrıca İnternetteki web sitelerinde karşılaşılan hareketli görüntüler, ses dosyaları, video klipler ve saydam gösterileri barındıran tüm yayınlar da elektronik yayımcılığın parçalarındandır" (Pektaş Turgut, 2009:45).

Elektronik yayıncılığın tarihi geleneksel yayıncılık ile kıyaslanmayacak kadar kısadır ancak gelişim süreci teknolojinin günden güne ilerlemesi nedeniyle oldukça hızlıdır. 1980'li yıllardan itibaren önce kişisel bilgisayarların ardından ise İnternetin icadı ve sonrasında genel kullanıma açılması birçok sektörde değişimi beraberinde getirmiştir. Teknoloji alanındaki bu hızlı gelişmeler, özellikle 1991 yılında hayatımıza giren İnternet (word wide web) kavramı, günlük yaşamımızı baştan sona değiştirmiştir. İnternet 1995 yılında tüm dünyada giderek yaygınlaşması, kullanımının artması insanların bilgiye kolay yoldan ulaşmasını sağlamıştır. Geleneksel yayıncılık da bu gelişmeden nasibini almış ve günden güne basılı ortamdan elektronik ortama geçiş

hızlanmıştır. Elektronik yayın türleri ise e-posta, e-bülten, e-gazete, e-kitap ve e-dergilerdir.

> "Sayısal bir halk kütüphanesi oluşturma amacıyla ortaya çıkan *"Gutenberg* Projesi", 1971 yılında Micheal Hart tarafından Illinois Üniversitesi'nde 10.000 adet kitaptan oluşmuştur (www.theguardian.com). Bu projeyle "e-kitap"lar ilk zamanlarda basılı kitapların taranarak kopyalanması yöntemiyle elektronik ortama aktarılması şeklinde olmuşsa da elektronik yayıncılığın temelleri atılmış ve günümüzde elektronik ortam için özel tasarlanan e-kitaplar üretilmeye başlamıştır" (Zor ve Yüksel Kirişcan, 2016:4).

Elektronik yayıncılık denemelerinden biri de elektronik postalardır. "*e-posta* iletisi 1964'lerde MIT (Massachusset Institute of Technology) ve Cambridge Üniversitelerinde kullanılmıştır" (Aktaran: Keş, 2009:2). E-postalar, akademi topluluklarında 1970'li yılların başından itibaren yoğun bir şekilde kullanılmıştır (Aktaran: Tonta, 1997: 306).

İlk elektronik yayıncılık örnekleri, 1980'li yıllarda *e-posta* olarak ortaya çıkmış ve bir posta listesi aracılığıyla kayıtlı abonelere gönderilmiştir. Düz metinli bu e-postalar, biçim olarak resim veya şekil içermediği için basit bir yapıda sunulmuştur. 1990'lı yılların başında teknolojik donanımların gelişmesiyle bu dağıtım şeklinin yerine yüksek kalitedeki görüntünün depolanması, uzun ömürlü olması ve maliyetinin düşük olmasından dolayı e-yayıncılıkta daha etkili olacak olan CD-ROM'lar yer almıştır. CD-ROM, farklı formatların kullanılmasına imkan sunmasına karşın zamanla özel kurulum gerektiren yazılımlar ve değişen ihtiyaçlardan dolayı e-yayıncılıktaki kullanımı yerini başka teknolojik araçlara bırakmıştır (Pettenati, 2001: 1).

> "Hem basılı hem de elektronik kopyaların birlikte yayımlanması anlamına gelen "paralel yayıncılık" ise 1983'te Amerikan Kimya' Kurumu'nun (American Chemical Society), yayımladığı dergilerin tam metinlerini bir ticari şirket (BRS) aracılığıyla hizmete sunmasıyla başlamıştır. Ancak İnternet ve diğer ilgili akademik ağlar aracılığıyla gerçek anlamda elektronik yayıncılık yapma projeleri 1989'da meydana gelen "soğuk füzyon" olayından sonra hız kazanmıştır" (Aktaran:Tonta, 1997:306).

1994 -1995 yıllarına gelindiğinde ise, IEE (Institution of Electrical Engineers) tarafından çevrimiçi dağıtım yoluyla yayınlanan ilk *e-dergi* "*Electronics Letters Online"* adıyla ortaya çıkmıştır. Okuyucu istasyonuna kurulan *Guidon* adlı bir

kullanıcıyla yapılan bu e-dergi dağıtımı, özellik olarak çok kapsamlı olmasına karşın web tabanlı yapıların çıkmasıyla kullanımı son bulmuştur. Bu e-dergi, 1995-1996 yılları arasında web üzerinden *PDF (Portable Data Format)* formatı kullanılarak yayınlanmaya ve metin içine bağlantılar ekleyerek çoklu medya (multimedya) araçlarını kullanmaya başlamıştır (Pettenati, 2001:2).

Önemli ve ilklerden sayılabilecek, içerik açısından da beğeni toplayan bir diğer e-dergi *Wired Magazine,* Ocak 1993'te web üzerinden ilk çevrimiçi yayınına başlamıştır (Deuze, 1999: 375). Günümüzde de hala hem basılı hem elektronik edisyonuyla hedef kitlesine teknoloji odaklı ve yüksek kalitede içerik sunarak yayın hayatına devam eden *Wired,* pdf formatlı bir dergi değil, interaktif bir yapıda; *akıllı cihazlar/elektronik ortamlar için özel olarak tasarladığı dergi formatıyla* elektronik dergi yayıncılığında dünyada önde gelen dergilerden biri haline gelmiştir. Ayrıca 2009 yılında Adweek tarafından "En İyi Dergi İnternet Sitesi" ve MPA Digital tarafından "En İyi Haber, İş ve Finans İnternet Sitesi" ödülüne layık görülmüştür (www.adweek.com, 2013).

Wired dergisini önemli kılan bir diğer gelişme ise Ekim 1994'te dijital ortağı olan *HotWired* (www.hotwired.com) ile ilk ticari e-dergi yayın hayatına girmiştir. *HotWired* sayesinde İnternet ortamında, ilk reklam afişleri (web banner) ilk reklam bant (banner)ları ortaya çıkmıştır. MCI, Volvo, Club Med, Zima ve AT&T gibi dünyaca bilinen büyük markalar, ilk banner reklamlarını; hotwire.com (Resim 15) adresi üzerinden tüketicisiyle buluşturmuştur (www.wired.com) (Resim 16). Şüphesiz ki reklam endüstrisi, ürünlerini sunacağı yeni bir mecra bulmuş, böylelikle İnternet reklamcılığının bir türü olan web banner ortaya çıkmıştır.

Resim 15. AT&T firmasının *HotWired*'da yayınladığı ilk web banner görüntüsü (1994)



Kaynak: http://www.internethistorypodcast.com/2014/10/the-webs-first-banner-ads/ 2018

Resim 16. *HotWired*.com sitesinin 1994 yılına ait ekran görüntüsü



Kaynak: http://www.internethistorypodcast.com/2014/10/the-webs-first-banner-ads/2018

İlk *çevrimiçi gazete* 1995 yılında ABD'de ortaya çıkmıştır. Sekiz büyük gazete (The Washington Post, Times Mirror, Tribune dahil), baskıya hazır sayfalarını çevrimiçi olarak anında iletme amaçlı Yeni Yüzyıl Yayım Ağı adında bir şirket kurmuş ve haber yayımcılığına başlamışlardır (Onursoy, 2001: 5). Amerika'da 1995 yılında 855 çevrimiçi gazete, world wide web'de ise bu rakam 4925 çevrimiçi gazeteye kadar ulaşmıştır. Çevrimiçi gazetelerin yaklaşık yüzde 40'ı ABD dışındandır (Deuze, 1999:375).

İnternetin hızlı gelişimi, bilim insanları ve uzmanlar için bilgilerin daha hızlı ve ekonomik olarak paylaşıldığı ve yayıldığı bir ortam oluşturmuştur. Google, 2004 yılında Kuzey Amerika ve Avrupa'daki üniversitelerle beraber basımı tükenmiş ve artık basılmayan yayınları sayısallaştırarak (dijitalleştirerek) okurların kullanımına sunmuştur (Eby, 2013:77). 2010'lu yıllarda ise *PDA* (Personal Digital Assistant), tablet bilgisayar, akıllı telefon gibi teknolojik cihazlardan e-yayınlara kolaylıkla ulaşılmaya başlanmıştır (Eby, 2013:77). Bu cihazların formları itibariyle e-yayınlar da taşınır hale gelmiştir. Metin, hareketli görüntü, ses gibi etkileşimli çoklu medya unsurlarını barındıran elektronik yayınların artmasını sağlamıştır.

Nisan 2010 yılında Apple firması, multi-touch özellikli 9,7 inçlik dokunmatik ekranlı yeni akıllı mobil cihaz olan iPad'i ABD'de piyasaya sürmüştür (www.appleinsider.com, 2018) (Resim 17). Kullanıcıya sağladığı e-posta okuma ve gönderme, fotoğraf çekme ve arşivleme, video izleme, müzik dinleme, oyun oynama ve e-kitap okuma gibi imkanlar sayesinde bu akıllı cihaz, tablet pazarında devrim niteliğindedir (www.apple.com, 2010). iPad'in hemen ardından diğer firmalar da benzer özellikli mobil cihazları piyasaya sürmüşlerdir.

Resim 17. Apple firmasının ilk İPad (1994) tablet görüntüsü



Kaynak: https://inews.co.uk/news/technology/how-the-ipad-has-evolved-in-size-since-2010-from-mini-to-pro/ 2019

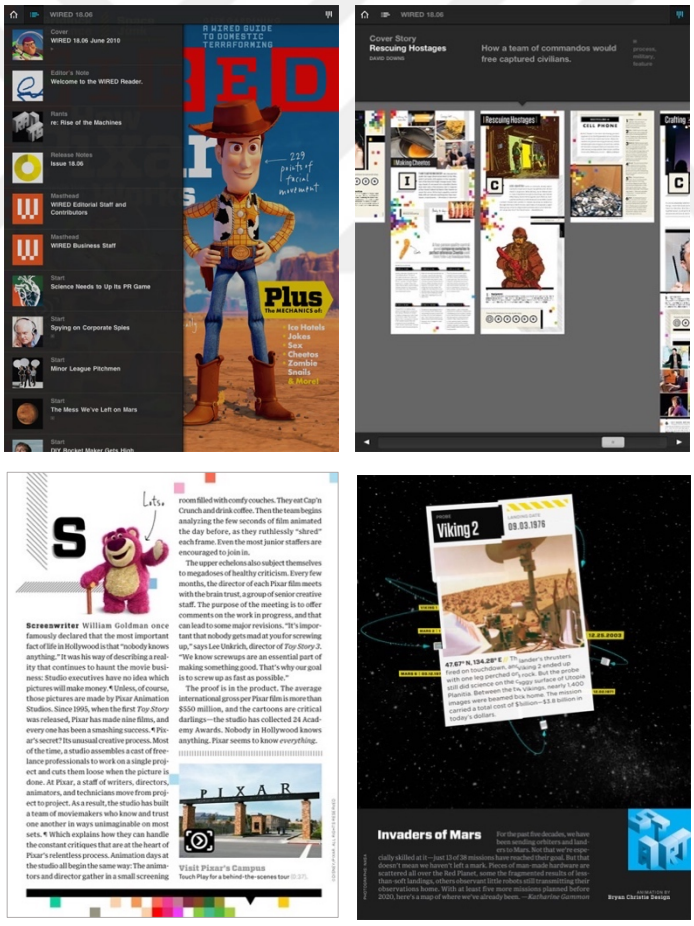
26 Mayıs 2010 yılında *Wired Magazine*, ABD'de iPad edisyonunu yayınlamış ve ilk 24 saate 24 bin kopyası indirilmiştir (www.wired.com). Bu elektronik dergi video, müzik, slayt gösterileri, 360 derece dönebilen HD animasyon görüntüler, dergi içinde gezinmeyi kolaylaştıran özellikler gibi etkileşimli ögeleri barındırmaktadır. Kapağında yer alan ve dönemin animasyon filmlerinden biri olan Toy Story 3'e ait klip ve oluşum aşamalarını içeren videoyu okurlarına sunmuştur. 30 saniyelik TV kalitesindeki Mercedes reklamıyla ve benzer etkileşimli reklamlar sayesinde bu dergi, reklam verenlerin de dikkatini çekmiştir (www.wired.com) (Resim 18-19).

Resim 18. *Wired Magazine* iPad edisyonu (2009) kapak görüntüsü



Kaynak: https://www.wired.com/2010/05/mag_editors_letter/ 2018

Resim 19. *Wired Magazine* iPad edisyonu (2009) iç sayfa görüntüleri



Kaynak: https://www.pcworld.com/article/197307/Wired_App.html /2018

Wired Magazine'nin önemli başarısı, bir tablet için tasarlanan ilk elektronik dergi olmasının yanında, okurlarına interaktif bir deneyim sunması ve sıradan bir

okuru bir kullanıcı haline getirmesidir. Tüm bu gelişmelere bakıldığında *Wired Magazine* ile elektronik dergi yayıncılığı kavramı yeniden tanımlanmıştır.

Türkiye'de ise elektronik yayıncılığa geçiş İnternetin ülkemize gelişinden kısa bir süre sonra mümkün olmuştur. Türkiye'nin İnternetle ilk tanışması ise 1993 yılında ODTÜ ve TUBİTAK işbirliğiyle gerçekleşmiştir (www.internetarsivi.metu.edu.tr).

> "Ülkemizde elektronik yayıncılık üç dönem geçirmiştir. Birinci dönemde basılı yayınlar için üretilen haber içerikleri birebir internet sayfalarına aktarılmıştır. İkinci dönemde; İnternet için özgün haber içerikleri oluşturularak, üçüncü dönemde; İnternet için yapılan bu yayınlar kullanıcıya denetleme olanağı verilerek etkileşimli biçimde sunulmuştur" (Aktaran: Pektaş Turgut, 2009: 47).

"E-yayın ilk olarak dergi ve gazetenin, İnternet ortamına taşınmasıyla başlamıştır" (Aktaran: Keş, 2009:13). İnternet kullanımının yaygınlaşması ile 1995 yılından itibaren İnternet gazeteleri ortaya çıkmıştır.

Türkiye'de geleneksel yayıncılıktan çevrimiçi (online) yayıncılığa ilk geçiş yapan Temmuz 1995 yılında *Aktüel Dergişi* olmuştur. Akabinde bu dergiyi Ekim 1995'te yayınlanan *Leman Dergisi* takip etmiştir. Ocak 2016'da, her ne kadar yayın hayatı çok uzun olmasa da, haberi anlık güncelleyen ve basılı halinin bir kopyası şeklinde değil; doğrudan İnternet gazetesi olarak yayın yapan "*Xn Gazetesi"*, günümüz anlamında ilk *e-gazete* olarak sayılabilir. 1996'da *Milliyet,* 1997 yılına gelindiğinde ise *Hürriyet, Sabah* ve *Akşam* gibi yüksek tirajlı gazeteler, yine aynı yılda *PCWorld, Chip, Computer World* gibi teknolojik dergiler basılı içeriklerini İnternet üzerinden yayınlamaya başlamışlardır. (Gürcan, 1998:144-145).

90'lı yılların sonlarından itibaren televizyon, gazete, dergi kuruluşları içeriklerini çevrimiçi ortama aktarmaya devam etmişlerdir. 1998 yılının Ocak ayından itibaren Sabah grubu bünyesindeki *Esquire, Cosmopolitan, Fastbreak, Gezi, Gurme, Outdoor, Para, PC Magazine, Power, Sinema* ve *Top Sante* dergileri ve Şubat 1998 yılında ise *Oto Haber* dergisi elektronik ortamda yayın yapan ilk dergilerden olmuşlardır (Nizam, 2006:2).

Türkiye'de elektronik yayıncılığın ivme kazandığı diğer bir mecra ise e-dergiciliktir. E-gazetelere kıyasla daha çok görsel içeriğe sahip olması ve çeşitlilik gösteren içeriklere sahip güncel e-dergilerin yanında akademi camiasına da hitap eden e-dergiler de ön plana çıkmıştır. ULAKBİM (Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi), basılmış özet veya tam metinlere erişim imkanı sağlayan Türkçe süreli yayınların adreslerini kullanıcılara web üzerinden (www.ulakbim.gov.tr) sunmaktadır (Pektaş Turgut, 2009:52).

1997 yılında İnternet ortamında okurlara sunulan fotoğraf alanında ilk çevrimiçi dergilerinden biri olan *Fotografya* dergisinin hikayesini, derginin yayın kurulu üyelerinden Nejat Kutup ve Leyla Benli şu şekilde aktarmaktadır.

> "Türkiye'de, İnternette, sanal bir fotoğraf dergisi yayınlama konusundaki ilk girişimi "Fotografya"nın fikir babası ve kurucusu S. Uğur OKÇU başlattı. 13 Mayıs 1997'de İnternette yayın hayatına başlayan Fotografya.gen.tr, farklı coğrafyalardan, farklı cinsiyet ve yaş gruplarından, farklı eğitim alanlarından bir grup gönüllü tarafından, tamamen imece usulüyle çıkarılan Türkiye'nin ilk ve en kapsamlı sanal fotoğraf dergisidir. Alanında ilk olması nedeniyle, İnternet ortamında yayımlanmaya başladığında, önündeki tek örnek basılı yayımcılık olduğu için format olarak bunlar örnek alınmıştır. İnternet yayıncılığının sağladığı pek çok olanak bulunmasına rağmen, binlerce yıldır aşina olduğumuz basılı kültüre yatkın koşullanmalarımız nedeniyle derginin alışıldık biçemini değiştirmeyerek tutucu davranmakla birlikte, içerik konusunda her zaman aykırı ve yenilikçi bir tavır koyarak bu ikisini dengeledik" (Kutup ve Benli, 2002).

Elektronik ortamda yayın hayatına Mart 1998'de Yekta Kopan editörlüğünde başlayan *Altzine* (www.altzine.net), Türkiye'nin ilk *çevrimiçi edebiyat dergisi*dir (Resim 29). Kolektif bir üretim ve tematik bir dergi olma özelliğini hiç kaybetmeyen bu elektronik dergi, kısa bir süre sonra yayınlarına son vermiş; 2004 yılında yeni tasarım yüzü, yeni yazarları ve her sayıda belirlenen yeni teması ile üç aylık elektronik edebiyat ve kültür dergisi olarak tekrar İnternet ortamında yayınlanmaya başlamıştır (Başbuğu vd, 2019). 1999'da yine edebiyat alanında okurlara sunulan e-dergilerin öncülerinden biri olan *Dergibi* (www.dergibi.com), 2001'de Türkiye Yazarlar Birliği tarafından 'Elektronik Yayıncılık Ödülü'ne layık görülmüştür (Dede, 2017).

Resim 20. ***Altzine*** **çevrimiçi dergisine ait sayfa görüntü**



Kaynak: (Haydaroğlu, 2001:158)

Haziran 2008 yılında yayın hayatına başlayan teknoloji dergisi Log, Türkiye'nin ilk iPad uygulamasına sahip dergilerinden biridir (Yılmaz, 2008). Günümüzde ise basılı edisyonunu PDF formatında elektronik ortama taşımıştır. Ancak bazı dergi sayfaları içinde yer alan interaktif özellikleri ile elektronik dergi mantığına yaklaşmaya çalıştığı söylenebilir.

Türkiye'nin bilinen ilk iPad dergisi ise Cüneyt Özdemir'in yönetiminde Mart 2011 yılında yayın hayatına başlayan *Dipnot Tablet*'tir (Resim 21). Haftalık yayınlanan bu *iPad dergisi* video, ses gibi etkileşim unsurlarını barındırmaktadır. Bu etkileşimli e-dergi, İngilizce versiyonuyla da okurlarıyla buluşmuş, ancak 2017 yılına kadar varlığını sürdürebilmiştir. Cüneyt Özdemir derginin kapanma hikayesini Twitter hesabından şu sözlerle belirtmiştir:

> "Daha Türkiye'ye tablet gelmeden dipnot tablet diye bir dergi kurup neredeyse 10 yıl dijital dergi çıkarttık, sonrasında sektördeki ilgisizlikten kapatmak zorunda kaldık. Şu anda Tim Cook Apple+ ile dergileri tablet ve iPhone'a taşıdıklarını müjdeliyor…Evet coğrafya kaderdir" (Özdemir, 2019).

Resim 21. Dipnot dergisine ait sayfa görüntü

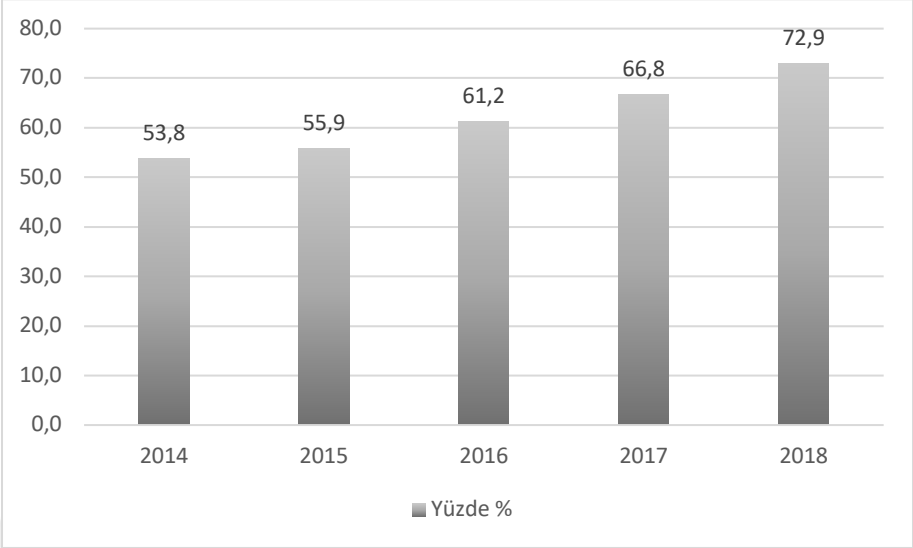


Kaynak: https://webrazzi.com/2011/03/14/dipnot-ipad/ 2019

Ülkemizde yıllar içinde basılı gazete ve dergi tirajındaki düşüş yaşanırken son yıllarda bazı GSM operatörlerinin sunduğu uygulamalar sayesinde okur, birçok gazete ve dergiye elektronik ortamda daha az parayla erişebilmeye başlamıştır. Vodafone *dMags*, Türk Telekom *e-dergi* ve *Turkcell Dergilik gibi* platformları bu hizmeti sunmaktadır. *Turkcell Dergilik* uygulamasında yaklaşık 450 den fazla dergi ve 25 gazete elektronik ortamda takip edilebilmektedir (www.marketingturkiye.com.tr, 2018). Bu uygulama sayfa etiketleme, dergi içeriğini ve sayfa görüntüsünü bulut sistemlerine kaydetme; e-posta, mesaj ve sosyal medya hesaplarında paylaşma gibi bazı özellikleri kullanmaya imkan sağlamaktadır. Her ne kadar bu platformda yer alan yayınlar, basılı hallerinin sayısal bir kopyası olsalar da talebin daha da artması durumunda önümüzdeki zamanlarda tıpkı Apple News+ gibi hareketli görüntü ve ses gibi etkileşim çoklu ortam unsurlarında olduğu etkileşimli yayın mantığına yaklaşan uygulamaları barındırması olasıdır. E-yayıncılığın geleceğini olumlu yönde etkileyebilir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan *Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması* verilerine göre Türkiye'de 16-74 yaş grubu bireylerde İnternet kullanımı 2014-2018 yılları içerisinde doğru orantıda yükselmiş, 2017 yılında %66,8 iken bu oran 2018 yılına gelindiğinde %72,9 olmuştur (www.tuik.gov.tr) (Tablo 1).

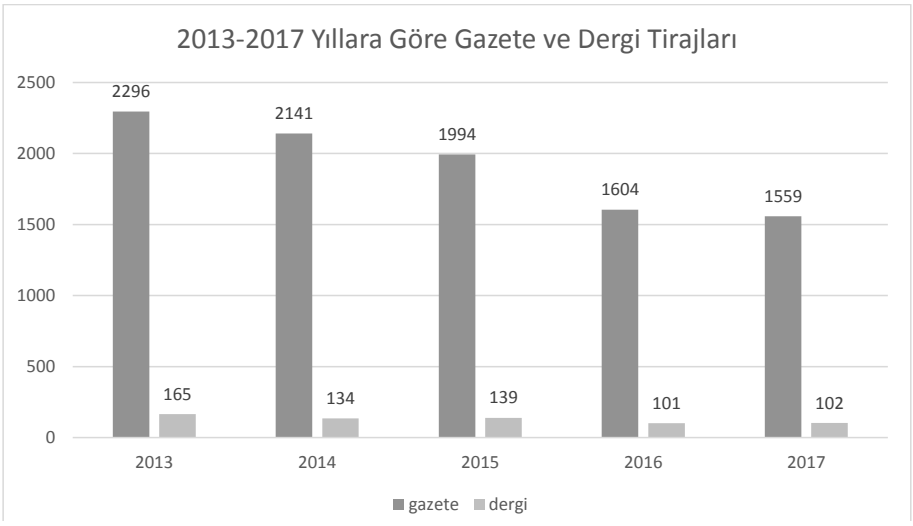
Tablo 1. 16-74 Yaş Grubu Bireylerde İnternet Kullanımı



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819 / 2018

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan *Yazılı Medya İstatistikleri 2013-2014 Yılları Arası Gazete ve Dergi Trajları* verilerine göre Türkiye'de 2013-2017 yılları içerisinde basılı dergi ve gazete tirajlarında bir düşüş yaşanmıştır. Buna göre 2016 yılında 1 milyon 604 bin gazete, 101 bin dergi tirajına sahipken 2018 yılına gelindiğinde 1 milyon 559 bin gazete ve 101 bin dergi tirajına düşmüştür (www.tuik.gov.tr, 2018) (Tablo 2).

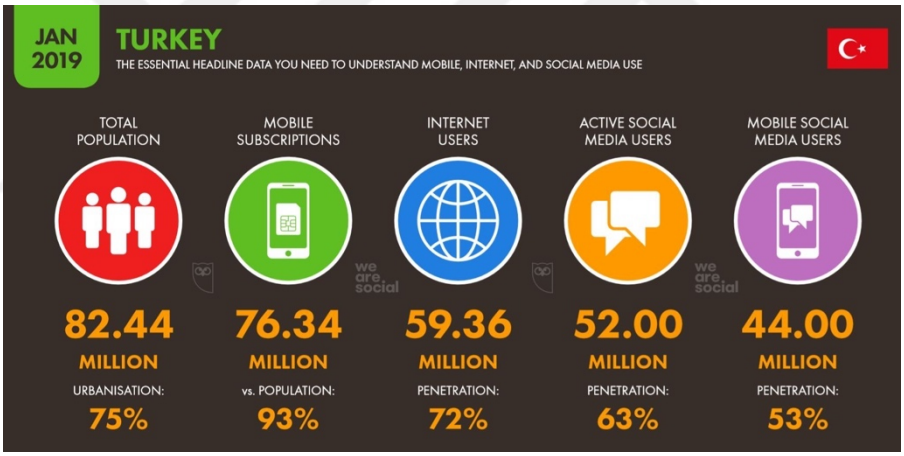
Tablo 2. Yazılı Medya İstatistikleri - 2013-2017 Yıllara Göre Gazete ve Dergi Trajları



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27605 / 2018

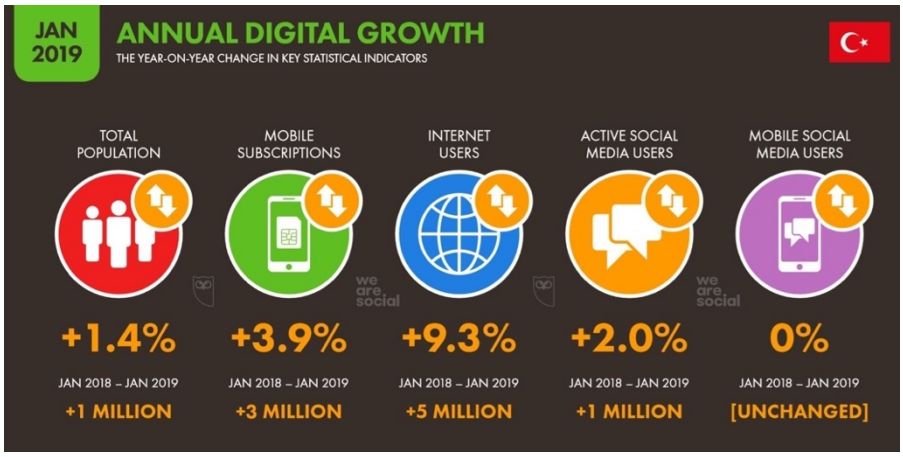
We Are Social ve Hootsuit tarafından her yıl hazırlanan İnternet ve sosyal medya istatistikleri *"Digital 2019 in Turkey"* başlığı ile yayınlanmıştır. Buna göre nüfusu 82,4 milyon olan ülkemizde; nüfusun %72'sini oluşturan 59,36 milyon İnternet kullanıcısı bulunmaktadır (Tablo 3). Yıllık dijital değişim istatistiklerinde, İnternet kullanıcılarının Ocak 2019 oranı Ocak 2018 oranına göre %9 (5 milyon kişi) artış göstermiştir (Tablo 4). İnternet kullanım istatistiklerine göre ise nüfusun %72'sine denk gelen 59,3 milyon İnternet kullanıcısının 56,3 milyonu internete telefonlarından bağlanmaktadır (Tablo 5). 2019 yılında Türkiye'de elektronik cihaz kullanımında yetişkinlerin %98'i cep telefonu kullanırken, bunların %77'si akıllı telefon kullanmaktadır. Masaüstü veya dizüstü bilgisayar kullananların oranı %48 iken, e-okuyucu cihazlar kullananların oranı %2, tablet kullananların oranı ise %25'tir (www.dijilopedi.com, 2019) (Tablo 6).

Tablo 3. We Are Social 2019 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri



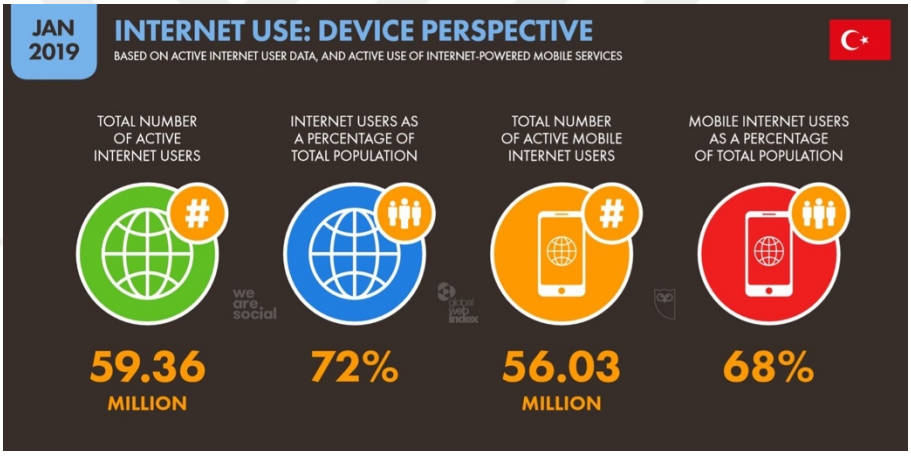
Kaynak: https://dijilopedi.com/2019-turkiye-İnternet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikler. i/ 2019

Tablo 4. We Are Social 2019 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri



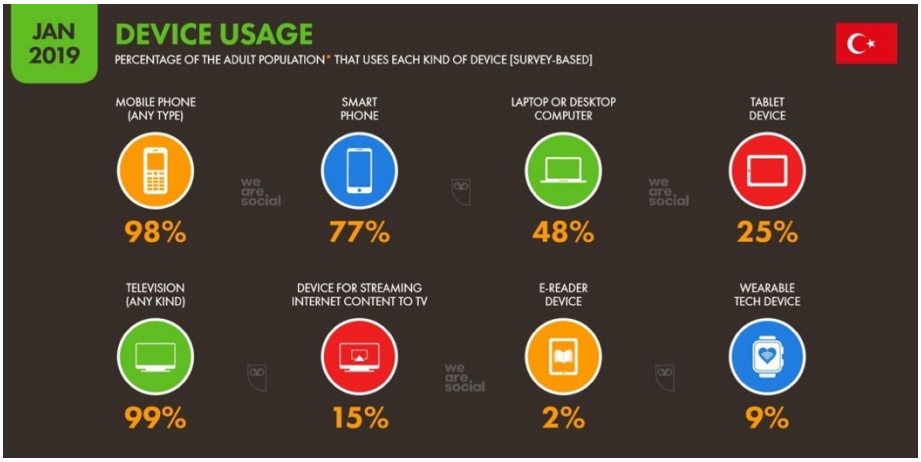
Kaynak: https://dijilopedi.com/2019-turkiye-İnternet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/ 2019

Tablo 5. We Are Social 2019 Türkiye'de İnternet Kullanımı İstatistikleri



Kaynak: https://dijilopedi.com/2019-turkiye-İnternet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/ 2019

Tablo 6. We Are Social 2019 Türkiye Elektronik Cihaz Kullanım İstatistikleri



Kaynak: https://dijilopedi.com/2019-turkiye-İnternet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/ 2019

Bu araştırma sonucundan da anlaşılacağı gibi ülkemizde İnternet kullanan bireylerin çoğunluğu elektronik yayınları takip edebilecek araçlara sahiptir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), We Are Social ve Hootsuit araştırma sonuçlarına göre, Türkiye'de bireylerin İnternet kullanım alışkanlıkları ve mobil cihaz kullanımları her geçen yıl artmış, bireylerin elektronik ortamda bilgiye erişimleri hızlanmıştır. İnternet kullanımının artmasıyla beraber mobil cihaz kullanımının bu kadar yükseldiği bu dönemlerde sayısal mecraların sayısının artması, talep görmesi hiç şaşırtıcı değildir. Basılı yayıncılıkta tirajlarının düşmesiyle gazete ve dergilerin kendilerine elektronik mecrada yer bulması zorunluluk haline gelmiştir. Bu durumdan nasibini alan sadece gazete ve dergiler değildir. Reklam verenler de elektronik mecraların bu artışına tepkisiz kalmamış, reklam ve medya yatırımlarını basılı yayıncılıktan daha çok elektronik yayıncılığa yönlendirmişlerdir. Reklamların birden çok duyuya hitap edebilmesi, zengin içeriğe sahip olması ve tanıtılan ürünün tüm detaylarını aktarabilmesine imkan sunması sebebiyle firmalar, elektronik ortamda kendine yeni bir tanıtım ortamı yakalamıştır. Bilişim teknolojisinin bu kadar hızlı gelişmesi hiç kuşkusuz yayın endüstrisini de değiştirmiştir. Okur deneyimi kavramının ardından sıradan bir okur, aktif kullanıcıya dönüşmüştür.

1.3. Elektronik Yayınların Avantajları ve Dezavantajları

Hem geleneksel basılı yayıncılık hem de elektronik yayıncılığın kendine özgü olumlu ve olumsuz yönleri bulunmaktadır. Elektronik yayıncılığı geleneksel yayıncılıkla kıyaslarsak birçok avantajlı yönleri olduğunu görebiliriz. Bu avantajlar ve imkanlar aşağıda sıralanmıştır.

- Basılı yayınlarda kağıt ve baskı maliyetleri açısından sayfa sayısı sınırlıdır. E-yayınlarda ise sayfa sınırlaması yoktur, sayfa sayısı üretim maliyetini etkilemez. Ayrıca basılı yayınlar gibi depolamaya ve dağıtıcı firmalara ihtiyacı yoktur. Bu yüzden basılıya oranla maliyeti düşüktür.

- İnternet bağlantısı olduğu sürece zamana ve mekana ihtiyaç kalmaksızın 7/24 her ortamda ulaşılabilmektedir.

- Yayın dağıtım ve okuyucuya ulaşım süreci basılı yayına göre çok daha kısadır.

- Ses, müzik ve hareketli görüntü gibi çoklu ortam (multimedia) unsurlarını içinde barındıran e-yayınlar, farklı duyulara hitap ederek okurun ilgisini etkili bir şekilde çekebilmektedir.

- E-yayının oluşum sürecinde çalışan personel ihtiyacı, basılı yayıncılığa göre nicelik (sayı) olarak daha az, nitelik (bilgi) olarak daha fazladır.

- Basılı yayınlarda kullanılan kağıt ve baskı aşamasında kağıt yüzeyine uygulanan kimyasallar ve boyalar içermediği için daha çevrecidir.

- Basılı yayında matbaa teknolojisine bağlı olarak baskı kalitesi farklılık gösterir ve ekstra renk kullanımı baskı maliyetini yükseltir. E-yayında ise ekstra renk kullanımı yoktur ancak RGB renk paleti basılıda kullanılan CMYK'ya göre daha geniş ve günümüz ekranlarının görüntü kalitesi oldukça yüksektir.

- E-yayınlar birden fazla dil kullanımı açısından basılı yayınlara kıyasla oldukça büyük avantaja sahiptirler. Basılı yayınlarda çok dillilik hem maliyet hem de sayfa tasarımı açısından oldukça zorken, e-yayınlarda bu durum oldukça ekonomik ve kullanışlı biçimde çözülebilmektedir.

- Okur, yayın hakkında görüş ve eleştirileri geri bildirimler sayesinde anında yayın sahiplerine iletebilir.

- Basılı yayınlar gibi fiziki bir alan kaplamaz, akıllı mobil cihazlar depolama alanları sayesinde binlerce e-yayını depolayabilir ve her ortama taşıyabilir.

- E-yayında bulunan makaleleri ve görüntüleri, yayın içinde yer alan sosyal medya platformlarına ait interaktif bağlantı butonları sayesinde okurlar kendi hesaplarında paylaşabilirler.

- Geleneksel yayıncılıktaki ekonomik sıkıntılar nedeniyle yayıncılar az sayıda yazarla belli konularda kitap yayınlarken, e-kitap sayesinde bu konu sınırlamaları ve ekonomik sıkıntılar azalmıştır (Önder, 2010:168).

- E-yayıncılıkta sık kullanılan; bilgilerin elektronik bağlar ile birbirine referans vererek bağlandığı etkileşimli metin türü olan hiper metinler yoluyla başka bilgi, belge ve yerlere bağlantı sağlarlar (Kirişcan, 2015:163).

- Kütüphaneler açısından değerlendirildiğinde e-kitap kullanılmasıyla beraber birden fazla okuyucunun aynı anda aynı kaynağa ulaşılabilmesi sağlanmış, basılı kitaplarda yaşanan çalıntı, kayıp, yıpranma gibi riskler ortadan kalkmıştır (Zor ve Yüksel Kirişcan, 2016:8).

- E-kitaplarda yazı karakteri ve punto büyüklüklerini okuyucu kendi isteğine göre değiştirebilir. E-kitap içinde sözcük taraması, not alma ve etiketleme özelliği de bulunur. Yazı ve punto büyüklüklerini okuyucu kendi isteğine göre değiştirebilir (Zor ve Yüksel Kirişcan, 2016:7).

Elektronik yayınların avantajları olduğu kadar dezavantajları da bulunmaktadır. Bunlar ise aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

- Elektronik yayınlara erişmek için okurun İnternet bağlantısına ihtiyacı vardır. Bağlantı yetersizliği, İnternet kotasının bitmesi ve elektrik kesintisi gibi teknik problemlerle karşılaşılabilmektedir.

- Elektronik ortamdaki bilgiler kolayca kopyalanabilir, değiştirilebilir ya da silinebilir. Bu tür kopyalama, değişiklik ve silmeler kazayla olabileceği gibi, iyi (günleme, geliştirme) ya da kötü amaç (aşırma, çalma, başkasının çalışmasını kendisininmiş gibi gösterme) güdülerek de yapılabilir (Tonta, 1997).

- Bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi teknolojik cihazlara ve elektronik yayın formatlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Yayın formatları ya da bu

formatların yeni sürümleri ilerleyen zamanlarda yayını desteklemeyebilir ve arşivlenmiş eski yayınları görüntüleme sıkıntıları yaşanabilmektedir.

- Bilimsel çalışmalarda kullanılan alıntılar yeterince güvenilir olmamaktadır (Keş, 2009:13).

- Okuru başka sayfalara yönelmeyi teşvik eden çok fazla bağlantı, yavaş yükleme, okuma güçlüğü gibi teknolojik problemler sebebiyle okurun ilgisi dağılabilmektedir (Keş, 2009:12).

- E-kitapların üretiminde ve dağıtımında telif hakları açısından yeterli yasal düzenlemeler yapılamadığı takdirde yazarlar, yayıncılar ve diğer telif hakkı sahipleri sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (Önder, 2010:173).

- Telif haklarının korunamaması ve korsan yayıncılığın engellenememesi nedeniyle müzik ve sinema sektöründe yaşanan sıkıntılar bu sektörde de yaşanabilir (Önder, 2010:174).

- Elektronik yayın okuyucu cihazların her zaman arızalanma ihtimali vardır. Herhangi bir darbeye maruz kalması ya da sıvıyla temas etmesi gibi dış etkenler bu cihazları bozabilir (Zor ve Yüksel Kirişcan, 2016:8).

1.4. Elektronik Yayın Türleri

Elektronik yayınlar ile basılı yayınlar içerikleri bakımından aynı olmasına karşın teknolojideki ilerlemeler sayesinde basılı yayıncılığa oranla elektronik yayınların değişimi ve gelişimi daha hızlıdır. Bu gelişimler beraberinde e-yayınların aktarım biçimlerini de etkilemiştir. E-gazeteler, e-bültenler, e-kitaplar ve e-dergiler elektronik yayıncılığın türleri arasındadır. Bu elektronik yayın türleri, yazının dışında çoklu ortam özelliklerini de barındırması ile bilginin sunumu açısından tasarımcılara ve okura geniş imkanlar sağlamaktadır.

1.4.1. Elektronik Posta Yayıncılığı (e-posta)

En basit ve genel tanımıyla e-posta, İnternet üzerinden gönderilen sayısal (dijital) mektuptur (Eby, 2013:84). İnternetin kullanıldığı ilk yıllarda ve biçim olarak düz metin olarak ortaya çıkan e-postalar, bilim adamları tarafından makale ve özetleri birbirleriyle paylaşma amacıyla kullanılmıştır (Aktaran: Pektaş Turgut, 2009:54).

> "İlk e-yayıncılık türlerinden olan e-posta yayıncılığı, yazılımı edinme ucuzluğu ve ileti göndermenin ücretsiz ve kolay olması nedeniyle, bilgi iletme, dağıtma ve depolamada yaygın olarak kullanılmaktadırlar. 2010'lu yıllarda, özellikle, ortak ilgi alanı olan bilimsel ya da bilimsel olmayan gruplar, e-posta servisleri üzerinden listserverler aracılığıyla, e-yayınlarını sürdürmektedirler" (Eby, 2013:84).

E-posta yayımcılığı farklı biçimlerde de yapılabilmektedir. Bazı e-posta bültenleri farklı yapı ve içerikleriyle basılı bülten ya da mini-dergilere benzerlik göstermektedir (Aktaran: Pektaş Turgut, 2009:55).

1975'te hayatlarımıza giren e-postalar, günümüzde kullanıcılara belli büyüklükte resim, fotoğraf, video, ses dosyaları ekleme ve gönderme imkanı sunmaktadır ancak dosya ekli e-postaların gönderimi için 25-50 MB gibi belli dosya büyüklüğüne izin vermektedir. Daha büyük dosyalar için kullanıcı Google Drive, Yandex Disk, Microsoft OneDrive ve Dropbox gibi sanal bulut sistemlerine yönelmek zorundadır.

1.4.2. Elektronik Bülten Yayıncılığı (e-bülten)

E-bülten yayıncılığı, e-posta yayıncılığa benzer bir yapıdadır ancak yaklaşım biçimi farklıdır. Basılı bülten yapısında, tek ya da iki sayfadan oluşan ve tartışma listesi, forum gibi işlevleri de barındıran e-bültenler, ticaret dünyasının tercih ettiği bir yayın türüdür (Aktaran: Turgut, 2009:55). Günümüzde birçok firma, kendi web siteleri üzerinden tüketicinin isteğine sunulan otomatik form doldurma sistemiyle abonelik oluşturarak e-posta adres listelerini oluşturmaktadır. Sunduğu ürünün ya da hizmetin tanıtımlarını içeren bilgi iletileri veya afiş özelliği taşıyan e-posta ilanları (mailing), belli periyotlar dahilinde abonelerine e-posta aracılığıyla iletmektedir.

1.4.3. Elektronik Gazete Yayıncılığı (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" (Pektaş Turgut, 2009:58). Gazetelerin, basılı sayfaların görüntü olarak elektronik ortama aktarılmasına örnek olarak Turkcell Dergilik Platformu gösterilebilir. İnternetin hızla gelişmesi ile gazetecilik sektörü de değişime ve dönüşüme uğramıştır. Geleneksel gazetecilik de bu büyük dönüşümden nasibini almaktadır; son yıllarda bazı gazeteler basılı edisyonlarını sonlandırıp sadece İnternet ortamında var olma kararı almışlardır.

E-gazete, basılı gazete yayıncılığı ile kıyaslandığında bir takım avantajları beraberinde getirmektedir. Bilişim teknolojilerinin sunduğu imkanlarla son dakika gelişmelerinin anında web ortamında güncellenebilmesi bu avantajlardan sadece bir tanesidir.

1.4.4. Elektronik Kitap (e-kitap)

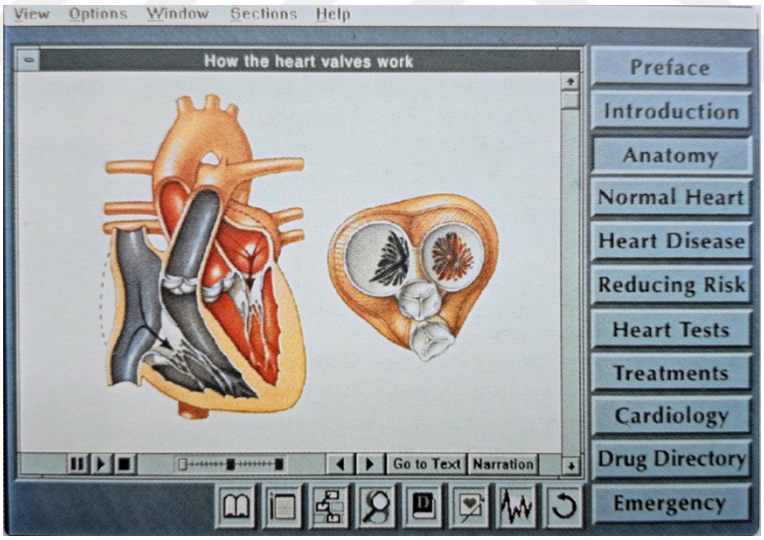
Burcu Dündar e-kitabın tanımını, "elektronik kitaplar özellikle bir bilgisayar monitöründen ya da özel e-kitap okuma araçlarından okunmak üzere tasarlanmış kitaplardan oluşan sayısal dosyalar" şeklinde açıklamıştır (Dündar, 2011:17). E-kitaplarda, basılı kitaplar gibi baskı ve ciltleme gibi bir takım işlemlere ve maliyetlere gerek duyulmamaktadır. Burcu Dündar "Kitap Nesnesi Nesne Olarak Kitap" adlı yapıtında, basılı ve elektronik kitapların geleceği ile ilgili tartışmaları şu sözlerle belirtmiştir:

> "20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, kitabın üretim yöntemleriyle ilgili teknolojik gelişmelerin ortak özelliği, fiziksel bileşenlerin rolünün giderek "azalması" olmuştur. Tipografinin üretiminde, görüntü işlenmesinde, sayfa mizanpajında daha önceleri kullanılan analog teknikler, gündelik kullanımı giderek yaygınlaşan bilgisayarlarla birlikte, yerlerini sayısal alternatiflerine bıraktılar. 1960'ların ortalarında başlayıp 1980'lerde ivme kazanan bu gelişmelerin "kitap" üzerindeki etkileri, üretim teknikleriyle sınırlı kalmadı. Bu gelişmelere bağlı olarak "kitap deneyimi"nin geçirmekte olduğu dönüşüm, bugün kitapla ilgili tartışmaların ana konularından birini oluşturuyor. Bugünün "okuma" deneyimi, sayısal teknolojilerin gelişmesi nedeniyle biçim değiştirirken, yeni medyanın "basılı kültür"ün sonunu getirip getirmeyeceği tartışılıyor" (Dündar, 2011:9).

E-kitapların ilk örneği 1970'li yıllarda Michael Hart tarafından Gutenberg Projesi (Project Gutenberg) ile referans niteliğindeki kaynak kitapların sayısal ortama aktarılması şeklinde ortaya çıkmıştır. Bu proje ile İnternet bağlantısı olan her yerden, aynı anda milyonlarca kişinin e-kitaplardan yararlanması amaçlanmıştır.

İlk nesil e-kitapların çoğunda yalnızca sayısal metin, sözcük kümesi ve görsel arama özelliği bulunuyorken, ikinci nesil e-kitaplarda ise yayıncılar, çoklu ortam imkanlarıyla okura çok daha geniş kullanım seçeneği sunmaktadır. İkinci nesil e-kitaplara örnek verebileceğimiz 1990'lı yıllara ait olduğu düşünülen Mayo Kliniği'nin Aileler için Sağlık Kitabı (Mayo Clinic Family Healthbook); evdeki sağlık sorunları ile ilgili 1300 sayfalık bir başvuru kitabıdır. Kitap 90 dakika ses kaydı, kapsamlı video görüntüleri, 45 dakika canlandırma, 500'ü aşkın renkli illüstrasyon ve fotoğraf içermektedir (Cotton ve Oliver, 1997:73) (Resim 22).

Resim 22. Mayo Kliniği'nin Aileler için Sağlık Kitabı

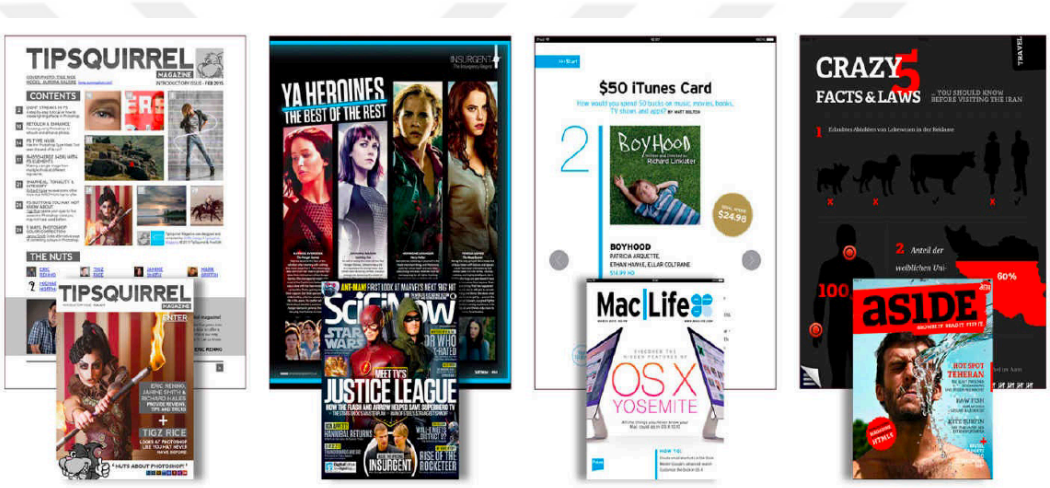


Kaynak: (Cotton ve Oliver, 1997:73)

1.4.4. Elektronik Dergi (e-dergi)

E-dergi, "bir ağ üzerinden erişilebilen bilimsel ya da bilimsel olmayan dergi ve magazinler" (Eby, 2013:84) şeklinde tanımlanabilir. E-dergiler için en iyi format türü içeriğin niteliğine bağlıdır. İstenilen etkileşim düzeyi, derginin hedef kitlesi, dağıtımı ve bütçesi gibi kriterlere bağlı olarak EPUB, PDF, HTML5 formatları kullanılabilmektedir (Burke, 2015:90). Farklı elektronik yayın formatları ile e-dergilere ait görüntüler aşağıdaki gibidir (Resim 23).

Resim 23. (Soldan sağa) PDF formatı (TipSquirrel Magazine, Şubat 2015), Sayısal kopya formatı (SciFiNow, Mart 2015), Etkileşimli e-dergi formatı (Mac | Life, Mart 2015) ve HTML5 formatı (Aside Dergisi)



Kaynak: (Burke, 2015:90)

1.5. Elektronik Yayın Formatları

Basılı ve elektronik yayınlar, içerik yönünden benzerlik gösterse de içeriğin sunum biçimi, tasarımı ve yayın formatları açısından bakıldığında farklılık göstermektedir. E-yayıncılıkta kullanılan dosya formatlarını anlamak için, bir e-yayını ne tür okuyucu cihazların desteklediğini bilmemiz gerekmektedir. Dosya formatı, dosya türleri ve görüntüleme aygıtları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. Dosya Formatları ve Görüntüleme Aygıtları

Dosya Formatı	Dosya Türü	Görüntüleme Aygıtları
HTML	**.html** **text**	bilgisayarlar, cep telefonları, tabletler
EPUB (yeniden akıtılabilir/ esnek düzen) **(reflowable)**	**.epub** **.mobi ***	bilgisayarlar, cep telefonları, e-okuyucuları, tabletler
EPUB (sabit düzen) **(Fixed layout)**	**.epub** **.kf8**	bilgisayarlar, cep telefonları, e-okuyucuları, tabletler
PDF (etkileşimli ve statik)	**.pdf**	bilgisayarlar, cep telefonları, tabletler
Adobe Çevrimiçi	**HTML** **Adobe Tescilli ****	bilgisayarlar, cep telefonları, tabletler

Kaynak: (Podova, 2017: 4)

* *Mobi*, Amazon Kindle tarafından EPUB'ları Kindle okuyucularında görüntülemek için kullanılan bir formattır.

** İçerik Adobe'nin sunucularında çevrimiçi yayınla yüklenmekte ve son dosyalara erişim bılunmamaktadır.

Elektronik yayın formatlarının içerik ve etkileşim özelliklerinden hangilerini destekleyip desteklemediği ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır (Tablo 8).

Tablo 8. E-yayın Formatlarının İçerik ve Etkileşim Desteği

Etkileşim Özellikleri	**Elektronik Yayın Formatları**						
	EPUB	Sabit Düzenleme	Kindle Formatı	PDF	Sayısal Kopya	İnteraktif Dergi	HTML5
Yeniden akıtılabilir metin (Metin akıcılığı) (Akışkan metin)	✓		✓	◖	◖		✓
Ses	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Video	◖	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Video - Belirli zaman veya görüntülere bağlantı		✓	✓	✓			✓
Köprüler (Hiperlinks) (URL, e-posta, telefon, SMS, Apple App Store/Google Play)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓ ✓
İçerik köprüleri	✓	✓	✓	✓		◖	✓
Sayfaları küçük Görsel düzeninde gösterme	◖		◖	✓	✓	✓	◖
JavaScript	◖	◖	◖	✓		◖	✓
Formlar				✓		◖	✓
Buton eylemleri				✓		✓	✓

Buton başına çoklu eylemler				✓		✓	✓
Büyütebilme/küçültebilme	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Görüntü kaydırma		✓	✓	◖		✓	✓
Görüntü slayt gösterileri		✓	✓	✓		✓	✓
Video slayt gösterileri		✓	✓	✓		✓	✓
İçerik değişimi				✓		✓	✓
Sayfa içi gömülü web içeriği				◖		✓	✓
Panoramalar						✓	✓
Üç boyutlu döndürülebilir görüntüler						✓	✓
Sayfa içi kaydırılabilir içerik						✓	✓
Vektör grafikler	✓	✓	✓	✓			✓
Sayfa içi animasyonlu nesneler	◖	✓	✓			✓	✓
Sürükle ve bırak nesneleri							✓
Dinamik sunucudan beslenen içerik	✓			✓		✓	✓
Ekler				✓			

Kaynak: (Burke, 2015:53-54)

✓ Yayın formatı bu tür içeriği veya etkileşimi desteklemektedir.
◖ E-yayın formatı, bu içerik ve etkileşim özelliklerinin bir kısmını destekler ve/veya e-yayın formatının oluşturan bazı sistem veya yazılımların bazıları bu seçeneği desteklemektedir. ◖ ✶ ⊙

1.5.1. EPUB (Electronic Publication)

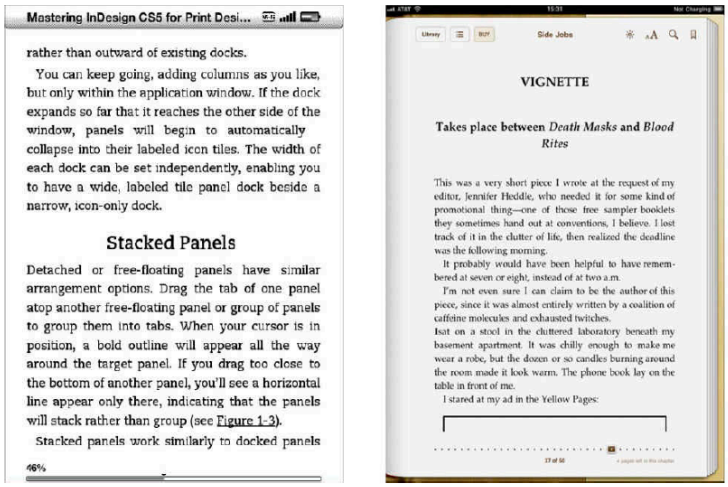
EPUB (Electronic Publication), mobil, e-okuyucu cihazlar ya da bilgisayar gibi birçok donanım tarafından desteklenen ve çevrimiçi/çevrimdışı kullanım imkanı sunan Uluslararası Dijital Yayıncılık Forumu (IDPF) tarafından geliştirilmiş uluslararası standartlarda bir yayın formatıdır (www.idpf.org).

EPUB 2.0.1 sürümü, 2007 yılında IDPF tarafından onaylanmış bir standarttır ve çok çeşitli cihazlarda desteklenmektedir. EPUB 3.0 sürümü ise, 2011 yılında onaylanan bir standarttır. EPUB 3.0 formatı, ses, video, javascript, dikey metinleri (Japonca) de desteklemektedir ancak bu yeni özellikler, EPUB 3.0 standardını desteklemeyen e-okuyucular ve cihazlarda çalışmamaktadır (www.adobe.com.tr).

Akışkan Metin (Reflowable) ve *Sabit Düzen* (Fixed Layout) olmak üzere iki tür EPUB formatı bulunmaktadır.

Akışkan Metinli EPUB, cihazın ekran boyutuna ve yazı karakterine uyan ve akışkan sayfa düzeni sağlayan dinamik bir formattır. Bu format okurun metni yeniden boyutlandırmasına izin vermektedir. Metin satırlarını kesmek ve metni yatay yönde kaydırmaya gerek olmadan tam ekrana sığdırmak için gerektiğinde metnin diğer sayfaya yeniden akmasını sağlamaktadır. Yazı karakteri için de bu durum geçerlidir; karakterin boyutu büyüdüğünde ekrana sığmayan kısımlar diğer sayfaya aktarılmaktadır ve e-yayının sayfa mizanpajı değişmektedir. Ses, video, bağlantı (hiperlink) gibi hassas sayfa düzeni içeren hareketli e-yayınları desteklememektedir. Bu yüzden düz metin ve küçük görseller içeren e-yayınlar için daha uygun bir formattır (Resim 24).

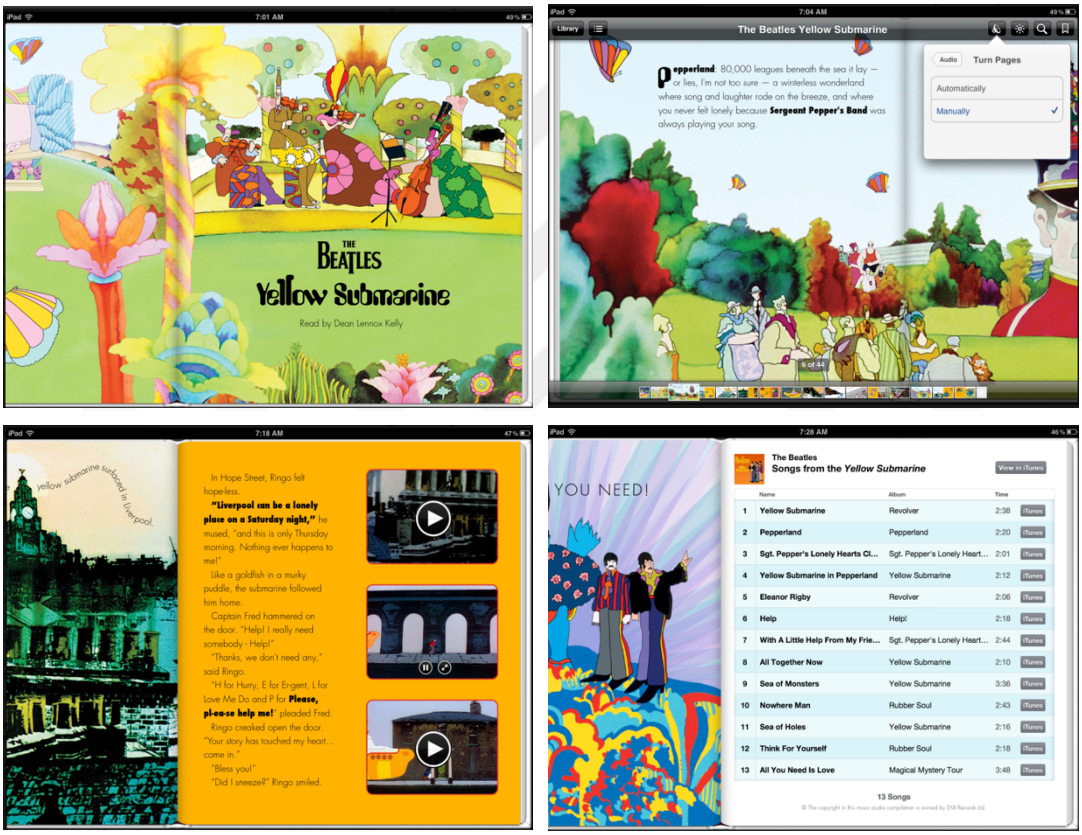
Resim 24. *Akışkan Metinli EPUB* yayın formatına ait e-kitap görüntüsü



Kaynak: (Burke, 2015:57)

Sabit Düzen (Fixed Layout) EPUB ise Akışkan Metinli EPUB formatının aksine sabit yapılıdır. Sayfa boyutu görünümünü, e-yayının okuyucu cihazın ölçülerine göre piksel cinsinden tanımlamaktadır ve metin boyutları okur tarafından değiştirilememektedir. Video, animasyon ve bağlantı (hiperlink) gibi çoklu ortam ögeleri içeren e-yayınlar için uygundur ve tablo ve şekillerin yapısını bozulmadan görüntülenmesini sağlamaktadır (Resim 25). E-dergi ve çizgi roman gibi çokça görsel içeren ve sayfa mizanpajının önemli olduğu e-yayınlar için en uygun formattır.

Resim 25. *Sabit Düzenleme (Fixed Layout)* yayın formatına ait e-kitabın iPad görüntüsü



Kaynak: http://coolcatteacher.blogspot.com/2012/01/ibooks-2-and-itunes-u-quick-review-from.html/ 2018

1.5.2. Kindle Formatları

Amazon.com tarafından 2007 yılında satışa sunulan e-okuyucu Amazon Kindle (www.ipfs.io), dünyanın en büyük e-kitap kapasitesine ve rakiplerine oranla farklı e-kitap formatlarına sahiptir. Diğer e-kitap mağazalarında EPUB ve PDF formatlarını desteklerken, Amazon Kindle için AZW, AZW3, PRC ve MOBI formatlarının da

desteklediği görülmektedir (Greenwood, 2018). Amazon Kindle, KF8, AZV, TXT, PDF, MOBI dosya formatlarını desteklemektedir ancak EPUB ve HTML gibi formatları desteklememektedir. EPUB uzantılı e-yayınları, KindleGen yardımcı program aracılığıyla MOBI, AZV, PRC ve KF8 formatlarına dönüştürebilmektedir (Burke, 2015:63).

PRC ve MOBI formatları benzer özellikler taşımaktadır ve Amazon Kindle'ın ilk e-okuyucuları ile uyumludur. Satın alınan bir Kindle e-kitabı, Android cihazına indirilmiş, Android uygulaması için Kindle senkronize edilmiş ise formatı PRC olacaktır. MOBI ise PRC ve KF8 (AZW3) formatının karışımıdır denilebilir, bunun nedeni ise e-kitabın html içeriği, MOBI dosyasına PRC ve KF8 formatı olarak iki şekilde kaydedilmektedir (Greenwood, 2018). MOBI formatı EBUP gibi ses ve videoyu desteklemez. Barnes ve Noble Nook e-okuyucu haricindeki diğer büyük e-okuyucularda kullanılmaktadır (Price, 2018).

Amazon.com'un Amazon Kindle için geliştirdiği ve en yaygın kullanıldığı tescilli format AZW'dir. Amazon Kindle'ın yanı sıra IOS, Android tabanlı akıllı telefon, Mac ve PC tabanlı bilgisayar ve e-okuyucu gibi cihazları desteklemektedir ve ilgili uygulamalar kullanarak e-kitaplar okunabilmektedir. AZW, içindekiler tablosu, çapraz referanslar, köprüler ve renkli görselleri eklemeye izin vermektedir. Metin ve sayfa düzenlemesine getirdiği sınırlamalardan dolayı bazı dezavantajlara sahiptir. Bu yüzden ders kitapları için uygun değildir ancak makale, öykü ve roman içerikli e-kitaplar için uygun bir formattır (Jerney, 2012).

AZW3, AZW'nin yeni versiyonudur ve KF8 (Kindle Format 8) olarak da bilinir. Kindle Fire'ın 2011 yılında piyasaya sürülmesiyle birlikte çıkan KF8 (AZW3), başlangıçta sadece Kindle Fire tablet tarafından desteklenmiş sonrasında Kindle 4. nesil ve PC / Mac için Kindle için de geliştirilmiştir. AZW ve MOBI ile kıyaslandığında metin ve sayfa düzeni gibi tasarım unsurlarının kullanımı geliştirilmiştir (Greenwood, 2018). KFX (Kindle Format 10) ise Amazon Kindle'ın en yeni formatıdır.

1.5.3. PDF (Portable Document Format)

PDF (Portable Document Format; Taşınabilir Belge Formatı), "belgeleri yazılım, donanım veya işletim sisteminden bağımsız olarak güvenilir şekilde sunmak ve paylaşmak için kullanılan bir dosya formatıdır. Adobe tarafından geliştirilen PDF, artık Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu (ISO) tarafından onaylanan bir açık standart olarak kullanılmaktadır" (www.acrobat.adobe.com). 1990'lı yılların başında Adobe tarafından geliştirilen bu formatın ortaya çıkışı şu şekildedir:

> "1991 yılında Adobe'nin kurucu ortağı John Warnock, The Camelot Project adıyla yola çıktığı fikirle basılı belgeden dijital belgeye geçiş devrimine damgasını vurdu. Hedefi ise herkesin "her uygulamadan belge alabilmesini, bu belgelerin elektronik sürümlerini dilediği her yere gönderebilmesini ve bu belgeleri her makinede görüntüleyebilmesini ve yazdırabilmesini" sağlamaktı. Camelot, 1992 yılının sonuna doğru PDF olarak geliştirildi. Günümüzde bu format, tüm dünya çapındaki işletmelerce güvenilen bir format haline geldi" (www.acrobat.adobe.com).

Platformlar arası taşınabilen ve yazdırılabilen sayısal bir dosya formatı olan PDF (Eby, 2013:84), e-kitap , e-dergi ve e-kataloglar gibi çok çeşitli elektronik yayınlar için tercih edilmektedir (Burke, 2015:65). PDF formatı, Amazon Kindle dışında hemen hemen tüm elektronik cihazlar ve platformlar tarafından desteklemektedir.

Orijinal dosya içeriğini olduğu gibi koruyan PDF formatı, Adobe Acrobat Document Cloud yazılımı sayesinde pdf belgeleri üzerinde elektronik imza ve içeriğinin kopyalama ya da yeniden düzenlemesini önlemek amacıyla şifreleme özelliği bulunmaktadır (www.acrobat.adobe.com). Ayrıca belge içine İnternet üstünden gönderilebilir form (Eby, 2013:88), görüntü, ses, video, vektörel tabanlı grafik gibi özellikleri desteklemesinin yanı sıra sayfalar arası yatay ve dikey kaydırma alanları, belgeye gömülü web bağlantıları, 3 boyutlu döndürülebilen görüntü içerikleri, e-kitap mağaza platformları ve uygulama mağazaları (App Store - Google Play) üzerinden dağıtım imkanı sunmaktadır (Burke, 2015:70).

Birçok cihaz ve ortamı desteklenmesi nedeniyle e-kitap yayıncılığında tercih edilmektedir ancak PDF formatlı bir e-kitabın, e-okuyucunun ekran boyutuna

(yatay/dikey) göre uyarlanma özelliğinin eksiği olumsuz yönleri arasındadır (Price, 2018).

Bütün bu özellikleri sebebiyle PDF formatı, e-yayıncılık sektöründe ve özellikle elektronik dergicilik alanında yaygın olarak kullanılmaktadır. Etkileşimli dergilere oranla maliyetinin düşüklüğü nedeniyle birçok yayıncının tercih ettiği PDF formatına dönüştürülmüş etkileşim özelliği barındırmayan e-dergiler, basılı edisyonlarının birebir kopyası şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Etkileşim özelliği olmayan bu tür e-dergiler bir sayısal kopya olmaktan öteye geçememektedir (Resim 26)

Resim 26. *Bilim ve Teknik (Nisan 2016)* dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüleri



Kaynak: https://kitapcenneti.org/bilim-teknik-dergisi/ 2018

Sayısal kopyanın karşımıza çıkan bir diğer hali ise yayının tüm sayfalarını JPEG ve PNG formatıyla bu hallerinin kaydedip görüntüleme uygulamaları aracılığıyla sırasıyla görüntülenmesidir. Sayfa görselliğinin ön planda olduğu tarihsel açıdan önemli metinleri içeren yayınlar veya etkileşimsiz çizgi romanlar için yaygın bir kullanımdır (Burke, 2015:70-71). Bu durumu Gutenberg Projesi kapsamındaki e-kitaplara benzetebiliriz; basımı artık olmayan referans niteliğindeki kaynaklar, sayısal kopyaları sayesinde binlerce okura ulaşma imkanı bulmaktadırlar. Ülkemizde ise el yazması Osmanlıca belgeler, defterler, kitaplar ve uluslararası yazışmalar gibi kaynaklar sayısal kopyalamaya uygunluk göstermektedir. Basımı olmayan bu tür kaynaklar dışındaki sayısal kopyalar, etkileşimli yayın beklentisi olan birçok okur için çok ilgi çekici değildir. Bunun nedeni ise okur, basılı dergilerdeki pasif okuma deneyimini taklit etmektedir.

1.5.4. Etkileşimli Dergiler

Etkileşimli dergiler, bilgisayar, tablet ve akıllı cihazlar gibi farklı medya ortamlarında görüntülenmesi için tasarlanan dergilerdir. Terminolojiye etkileşimli dergi olarak geçse de, bu formatta e-katologlar ve e-kitapların etkileşimli yayınları olarak da karşımıza çıkmaktadır (Burke, 2015:74).

Etkileşimli dergiler, birden çok duyuya hitap eden ses, müzik, fotoğraf, hareketli görüntü (video/animasyon) gibi çoklu ortam (multimedia) unsurlarını da kapsayabilirler. Etkileşimli bir dergide basılı dergi özelliklerini içerebilmesinin yanında e-posta ve web adresine giden ağ bağlantıları (hiperlink), slayt geçişleri, panoramik görüntüler, kaydırılabilir metin ve görsel alanlar, form sayfaları, içindekiler tablosu gibi özellikleri de içinde barındırabilmektedir.

1.5.5. HTML (Hypertext Markup Language)

HTML (HyperText Markup Language), web belgelerini oluşturmak için kullanılan bir kodlama dilidir. Başlıklar, içerik metinleri, görseller ve köprü metni bağlantıları bu kodlama diliyle düzenlenmektedir (Jange ve Angadi,1999).

HTML5 ise HTML kodlama dilinin en üst versiyonudur. Çoklu ortam ve zengin etkileşim unsurları; Flash, Java ve VRML (Virtual Reality Modeling Language; Sanal Gerçeklik Modelleme Dili) gibi ek teknolojiler gerektiren özellikler içermektedir. Animasyon, dinamik içerik değiştirme ve slayt gösterileri gibi özellikleri de içinde barındırmaktadır. HTML5 formatı, bilgisayar, akıllı telefonlar, tablet ve e-okuyucu cihazlarda görüntülenmesi, görüntüleyici cihazın ekranına uyumlu içerik düzenleme, yayın içeriğinin okur tarafından özelleştirilebilmesi, yayın içi abonelik sistemi, form, oyun, ses, video ve animasyon gibi özellikleri desteklemesi elektronik yayıncılık alanında da avantaj sağlamaktadır. HTML5 formatlı bir e-yayın, 2013 yılından önce piyasaya sürülen web tarayıcıları ya da cihazlar tarafından okunamamaktadır.

2011 yılında HTML5 formatı kullanılarak yayınlanan ilk e-dergi, *Aside Magazine*'dir. Animasyon, video, müzik/ses içerikleri, slayt geçişleri gibi etkileşimli unsurları içinde barındıran bu e-derginin HTML5 formatlı yayınlanmasının yanında

bir diğer özelliği ise okurun AppStore uygulamasına ihtiyaç duymadan doğrudan web tarayıcı üzerinden dergiye erişim sağlamasıdır (Ippen, 2011) (www.asidemag.com) (Resim 27).

Resim 27. *Aside Magazine* e-dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüleri



Kaynak: http://www.asidemag.com/ 2019

1.6. Elektronik Yayın Görüntüleme Araçları

Bilişim teknolojilerin hızla gelişmesi sayesinde elektronik yayınların görüntülenmesi sağlayan okuyucu cihazlarda artmakta ve gelişmektedir. Elektronik yayınları, tabletler bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve e-kitap okuyucular gibi araçlar sayesinde okumak mümkün hale gelmiştir. Bu elektronik yayın görüntüleme araçlarının yayın formatları aşağıdaki gibidir (Tablo 9).

Tablo 9. Yayın görüntüleme araçlarının desteklediği E-yayın Formatları

	E-Kitap Okuyucuları	Tabletler	Bilgisayarlar	Akıllı Telefonlar
EPUB / Kindle e-kitap görüntüleyebilir.	✓	✓	✓	✓
Etkileşimli PDF görüntüleyebilir.	✶	✶	✓	✶
Dijital kopyaları görüntüleyebilir.	✶	✓	✶	✓
Dijital dergileri görüntüleyebilir.		✓	✶	✶
HTML5 yayınlarını görüntüleyebilir.	✶	✓	✓	✓
Tam renkli ekrana sahip	✶	✓	✓	✓
Dinamik, sunucu tarafından beslenebilen içerik görüntüleyebilir.	✶	✶	✶	✶

Kaynak: (Burke, 2015:28-29)

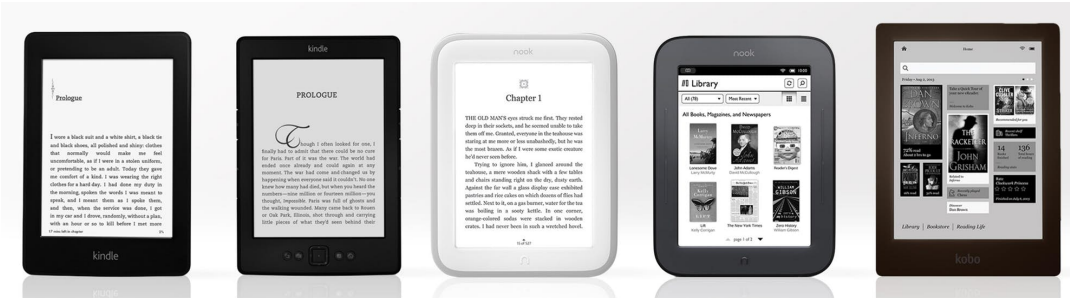
(✓) Evet, cihaz sınıfı bu seçeneği desteklemektedir.
(✶) Cihaz sınıfı, seçeneğin bazı özelliklerini desteklemektedir ve/veya bu cihaz grubundan bazıları bu seçeneği desteklemektedir.

1.6.1. E-Kitap Okuyucular

Elektronik kitap okuyucu cihazlar, 1990'lı yılların sonlarında hayatımıza girmiş, günümüzde ise gelişen teknoloji ve piyasa rekabetinin etkisiyle teknolojik ve ergonomik açıdan değişmeye devam etmektedir. E-kitap okuyucuları, roman, hikaye ve makale gibi uzun metinler için daha uygun cihazlardır. Bu cihazlar, sabit mizanpaj e-kitap görüntülemesinin yanında akışkan metinlere sahip EPUB formatlı e-kitapları, okurun kendi ekranın sığacağı şekilde büyütebilme ya da sığdırma imkanı da sunmaktadır.

E-kitap okuyucu piyasası içinde en büyük pazar payına sahip e-okuyucu cihazlar ise Kobo ve Amazon firmasının ürettiği Kindle' dır. Barnes & Noble firmasına ait Nook ise Amazon Kindle ve Kobo' dan sonra cihazlardan sonra en çok tercih edilen e-okuyucu cihaz olarak gelmektedir (Burke, 2015:29). Yer imi ekleme, metin arama, kelime/cümle tanımları, uzun pil ömrü, göz yormayan ekran ve gece-gündüz modu gibi özellikleri barındıran e-okuyucu cihazlar, benzer özellikler sunmasından dolayı birçok tablet ve akıllı telefonlar arasında varlığını sürdürmeye devam etmektedir (Resim 28).

Resim 28. (Soldan sağa sırasıyla) *Kindle PaperWhite, Kindle, Nook GlowLight*, *Nook Simple Touch, Kobo Aura* e-kitap okuyuculara ait görüntüler



Kaynak: (Shanklin, 2013)

1.6.2. Mobil Cihazlar

Günümüzde mobil cihaz sınıfında sayabileceğimiz tablet ve akıllı telefonlar, hafifliği ve sunduğu teknolojik imkanlar sayesinde günlük yaşamımızda yer etmiş ve hayatlarımızı kolaylaştırmıştır.

Mobil cihaz olarak nitelendirdiğimiz tablet, günümüzdeki karşılığı ile 2010 yılında Apple firmasının iPad'i piyasaya sürmesiyle hayatlarımıza girmiştir. 1990'lı yılların başında Microsoft şirketi tablet üretmiş olsa da kullanışlılığı ve yazılımı açısından fazla rağbet görmemiştir. iPad'in piyasa sürülmesinden kısa süre sonra diğer firmalar da tablet üretmiştir. Sunduğu ergonomisi ve teknolojisi sayesinde dünya genelinde tablet satış rakamları yükselmiştir. Renkli ve dokunmatik ekranlı bu tablet cihazların dizüstü bilgisayardan daha küçük olması ve hafif olmasının yanı sıra internete erişimi, elektronik yayın okuma, e-posta gönderme, video oynatma, müzik dinleme, video ve fotoğraf çekme/depolama, oyun oynama ve belge yazma/okuma gibi tüketiciye sunduğu imkanlara sahiptir. İlk tablet versiyonlarında, bir uygulama açıkken başka uygulamanın çalışması mümkün değilken sonraki versiyonlarında bu durum yazılım şirketleri tarafından geliştirilmiş ve birden fazla uygulamanın aynı anda kullanılmasına imkân sağlanmıştır. Örneğin, artık müzik uygulaması açıkken başka bir uygulama da çalışabilmektedir. Tabletlerin, etkileşimli e-dergi ve e-kitap gibi yayın formatlarını desteklemesi sayesinde e-okuyucu cihazlarla da yarışır hale gelmiştir. E-okuyucu üreten firmaları da teknolojilerini geliştirmeye zorlamıştır.

Tabletlerin piyasaya sürülmesi ile bazı yayıncılar, yayınlarını tablet teknoljisine uyarlamaya başlamışlardır. Bu konuda öncülük eden *Wired Magazine*, iPad'in satışa sunulmasından çok kısa bir süre sonra etkleşimli elektronik edisyonunu okurlarına sunmuştur. İlerleyen zamanlarda ise bazı diğer yayıncı kuruluşlar dergilerinin basılı hallerinin yanında etkileşimli elektronik edisyonlarını da çıkartmaya başlamışlardır. Günümüzde büyük ekranlı akıllı telefonların artması sebebiyle her ne kadar tablet satışlarında düşüş yaşansa da iOS, Android ve Windows işletim sistemine sahip birçok markanın her bütçeye uygun tabletleri mevcuttur (Resim 29).

Resim 29. (Soldan sağa sırasıyla) ***Apple iPad Pro, Samsung Galaxy Tab S4, Lenova Tab 10*** **tabletlere ait görüntüler**



Kaynak: https://www.amazon.com/Apple-iPad-11-inch-Wi-Fi-512GB/dp/B07K3746J7
https://www.samsung.com/tr/tablets/galaxy-tab-a-smp587/SM-P587NZKATUR/
https://www.dateks.lv/en/cenas/plansetdatori/152288-lenovo-tab-10-x103f-black-10-1-snapdragon-212-1gb-16gb-android-6-0 / 2019

Mobil cihaz sınıfında sayabileceğimiz akıllı telefonlar ise dokunmatik ekranlı bir bilgisayardan farksız hale gelen ve gelişmiş teknolojileri olan iletişim araçlarıdır. İlk çıktığı yıllarda kısa mesaj sistemi ve telefon görüşmesi özelliklerini barındıran cep telefonları, teknolojinin gelişmesiyle günümüzde bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda şekillenip hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş akıllı telefonlara dönüşmüştür.

Akıllı telefonlar, tablet cihazlarda bulunan tüm özelliklere sahip olmasının yanında, ebatı, görüntülü görüşme, 3G/4,5G ve Wi-Fi kablosuz iletişim teknolojisiyle internet erişimi, büyüyen ekran boyutu ve EPUB formatlı e-kitaplar ve etkileşimli e-dergileri görüntülemesi gibi nitelikleri sayesinde birçok tüketicinin tercih ettiği taşınabilir mini cep bilgisayarına dönüşen mobil cihazlardır. Son yıllarda dünya genelinde satış oranlarının artmasını bu özelliklere bağlamak mümkündür. Bireyler, bu akıllı telefonları cebe ya da çantaya sığabilen boyutu ve taşınabilirliği sayesinde ihtiyaçları doğrultusunda mobilleşen hayatlarının bir parçası haline getirmiştir. Tüketicilerin, e-yayınları takip etme ve aynı zamanda büyük ekranlarda da bu yayınları okuma isteğini fark eden bazı telefon üreticileri katlanır akıllı telefon projelerini yakın tarihlerde hayata geçirmişlerdir.

2019 yılıyla beraber Samsung Galaxy Fold ve Huawei Mate X gibi katlanabilir akıllı telefon modelleri dünya genelinde görücüye çıkmış ve tüketicisine ekranı

açıldığında 7-8 inç boyutlu mini bir tablet deneyimi sunmaktadır (Tunçer, 2019:14-17) (Resim 30). Bu tür katlanabilir telefonların geleceği bilinmez ancak e-yayınları geniş ekranlarda okumak isteyen okur için e-yayıncılık sektörünü bu tip cihazlara uygun yayınlar çıkarmaya devam etmesini teşvik edebilir.

Resim 30. *Samsung Galaxy Fold (üst)* ve *Huawei Mate X* (alt) katlanabilir akıllı telefon modellerine ait görüntüler



Kaynak: https://www.log.com.tr/katlanabilir-telefon-modelleri-icin-dikkat-ceken-fiyat-aciklamasi/ 2019

1.6.3. Bilgisayarlar

Bilgisayarlar birçok elektronik yayın sınıfını gösterebilen donanıma ve yazılıma sahip cihazlardır. Bilgisayarlar sayesinde e-yayınlar, bazı yazılımlar bilgisayara indirerek okunabileceği ya da görüntülenebileceği gibi, bazı yayınlara doğrudan web tarayıcı üzerinden de erişmeyi mümkün kılmaktadır. Kindle, NOOK veya Kobo gibi e-okuyucu cihazların yazılımlarını, Windows/Mac gibi işletim sistemli bilgisayarlara yükleyerek birçok e-yayına ulaşılabilmektedir. Ayrıca Mac OS X tabanlı

bilgisayarlarda Apple iBooks uygulamasıyla hiçbir donanım gerekmeden de e-kitap okumak mümkündür. Kindle, NOOK veya Kobo gibi markalar e-okuyucuları ve tabletlerdeki okumayı sağlarken bilgisayarlarda da kendi teknolojilerini kullandırmayı sağlar. Bilgisayarların bu gibi görüntüleme kolaylığının yanında bazı dezavantajlara da sahiptir. Bilgisayarlar e-yayın görüntüleme araçlarındandır ancak uzun süre okumak için ideal değillerdir. Bilgisayarlar e-kitap gibi yayınları okumayı sağlar ancak etkileşimli e-dergiler için bu durum kimi zaman mümkün değildir. Etkileşimli dergi yayınlama sistemlerinden biri olan Adobe DPS, etkileşimli e-yayınlarını Adobe Content Viewer ile görüntüleme olanağı sunmaktadır. Ancak bu tür yayınlar tablet ve akıllı telefon gibi cihazların dokunmatik ekranları için tasarlandığından dolayı bilgisayarlarda okuma deneyimini kısıtlayabilmektedir. E- yayıncıların yayınları görüntülemek için amaçladıkları ilk ve öncelikli mecralar tablet ve akıllı telefonlardır (Burke, 2015:44-46).

İKİNCİ BÖLÜM: BASILI VE ELEKTRONİK DERGİ TASARIMINDA GÖRSEL KİMLİĞİ OLUŞTURAN UNSURLAR

2.1. Görsel Kimlik

Her bireyin bir kimliği olduğu gibi, her kurumun, kuruluşun veya markanın da bir kimliğe ihtiyacı vardır. Kurum, kuruluş ve markalar bu kimlikleri sayesinde çevresiyle olan iletişimlerini, rakipleri arasından sıyrılmayı ve hedef kitle üzerinde kalıcı etki sağlamayı amaçlarlar.

Kurum kimliği, görsel kimlik, kurumsal iletişim, kurumsal davranış ve kurum felsefesi unsurlarından oluşur (Okay, 2018:26). Bu sebeple kurumsal kimlik oluşturulurken bütün bu unsurlar bir bütün olarak ele alınmalıdır. Kurum kimliğini ve kurum kültürünü açığa çıkaran ve iletişimini sağlayan görsel kimliktir (Aktaran: Uzoğlu, 2001:338). Buna göre görsel kimlik, bir markanın ya da ürünün, belirlediği hedef kitlesinin ihtiyaçlarını tam olarak ortaya koyabilen; tüm görsel ögeleri içeren tasarımlar bütünüdür. Logo ya da amblem görsel kimliğin bir parçasıdır ancak slogan, renk ve tipografi de bu bütünün eş parçalarındandır. Özellikle günümüzde, teknolojinin ilerlemesi ve çağın gerekleri göz önünde bulundurulduğunda görsel kimliği oluşturma süreci grafik tasarımı, çevre tasarımı ve ürün tasarımı gibi farklı tasarım disiplinlerinden yararlanarak ortaya çıkmaktadır.

"Amblem (logo) ve ticari marka, firma ya da ürüne kişilik kazandırır ve benzerlerin içinden ayırt edilmesini sağlar" (Becer, 1999:194). "Kurum felsefesinin görsel dile çevrilmesi görsel kimliğin asıl sorunudur" (Okay, 2018:106). Bir marka, kültürünü, felsefesini ve hedefini iyi tasarlanmış bir görsel kimlikle gerçekleştirebilir. Bu durum markanın güvenilirliğini, tanınırlığını, sürekliliğini, kalıcılığını, rakiplerinden ayırt edilmesini ve kurumsallaşmasını sağlar. Böylelikle markalar tüketicinin zihninde kalıcı olarak yer ederler.

2.2. Dergi Tasarımında Görsel Kimliğin Önemi

Dergiler genellikle belli bir hedef kitle ve ekonomi, siyaset, felsefe, edebiyat, bilim, sanat, kadın, erkek, çocuk, spor, sağlık, tasarım, moda gibi çeşitlilik arz eden belirli içerikler üzerine kurulmuş süreli 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" (Karamustafa, 2001:17-18).

Buna göre bir derginin kimliği oluşturulurken editöryal kimliğin ardından en önemli öge "görsel kimlik"dir. Süreli bir yayının, görsel kimliğinin oluşması ve okurun zihninde yer etmesi için süreklilik, tanınabilirlik ve tutarlılık gibi temel unsurlara sahip olması gerekir. Bütün bu unsurların yer aldığı bir süreli yayın, okurun güvenini de kazanmış demektir (Karamustafa, 2001:18). Bir dergiyi tasarlamadan önce derginin içeriği, konulara bakış açısı, içeriğini benzer diğer dergilerden ayıran nitelikleri ve farklılıkları belirlenerek yayımcısı ile yeniden tanımlanmalı ve bu tanıma en uygun görsel dergi kimliği tasarlanmalıdır. Görsel kimlik oluşturma sürecinde, derginin formatı/boyutu, kullanılan kağıdın cinsi ve gramajı, forma sayısı, logosu, kapak tasarımı, sayfa düzeni gibi unsurlar bir bütün olarak düşünülmelidir. Derginin tasarlanmış nihai hali tıpkı bir kurumsal kimlik çalışması gibidir. Dergiyi oluşturan her bir tasarım elemanı, bir bütün teşkil etmeli, dergi kimliğini korumalı, birbiriyle ilintili ve tutarlı olmalıdır (Tuncay, 1998:32). Bir derginin görsel kimliğinin bileşenlerini ülkemizin önemli grafik tasarımcılarından Sadık Karamustafa şu şekilde belirtmektedir: "Derginin boyutları, kapağın ve iç sayfaların basıldığı kağıdın türü, dokusu, rengi, logo renk kullanımı, başlıklar, metinler, dipnotlar, resim altları ve öteki bilgiler için yazı karakteri ve yazı büyüklüğü seçimi, layout, yani sayfaya yerleştirme biçimi, bütün olarak tasarım tavrı, görsel kimliğin bileşenleridir" (Karamustafa 2001:18).

Sonuç olarak dergi tasarımı oluşturulurken editöryal içeriğin yanında tüm görsel kimlik unsurları göz önünde bulundurulmalı, görsel kimliğini destekleyen ve bunu doğru aktarabilen bir tasarım diline karar verilmelidir. İçerik ve tasarım açısından iyi ifade edilmiş bir dergi, benzerleri arasında bir fark oluşturup ön plana çıkar ve okurun aidiyet duygusunu arttırır. Melis Tuncay dergi tasarlama sürecinin sonucundaki bıraktığı etkiyi bir "ses*"*e benzetmiştir; "…dergi tasarımı yapılırken, en önemli şeylerden biri; sadece o dergiye ait olacak ve içeriğini ifade edecek bir yol bulmaktır.

Bu diğer dergilerin arasında hatırda kalan, tanımlanmış bir ‘ses’ yaratmak demektir” (Tuncay, 1998:32).

2.3. Dergi Tasarımında Görsel Kimliği Oluşturan Unsurlar

Temel grafik tasarım unsurları birçok kaynakta benzer başlıklarda ele alınmaktadır. Lupton ve Phillips bu unsurları; nokta, çizgi, ritm, boyut, doku, renk katmanlar, grid/sayfa yapısı (Lupton ve Philips, 2015:12-248) olarak belirtmişlerdir. Alex W. White ise temel tasarım unsurlarını boyut, boşluk, sayfa yapısı, yazı karakteri, bütünlük, hiyerarşi, renk ve denge olarak ele almıştır (White, 2011:17-189). Yakup Öztuna ise “Görsel İletişimde Temel Tasarım” adlı kitabında, temel tasarım unsurları olarak; denge, hiyerarşi, çizgi, şekil, doku, ton, renk, mekan ve biçimlendirme başlıkları altında incelemiştir (Öztuna, 2008:20-173). Faruk Atalayer ise “Temel Sanat Ögeleri” adlı kitabında, nokta, çizgi, form, form, ışık-gölge, renk, doku, yön, ölçü ve espas gibi başlıklara yer vermiştir (Atalayer, 1994:142-208). Bahsi geçen bütün bu unsurlar, tüm grafik tasarım alanlarını kapsamaktadır ancak süreli bir yayın olan dergi ve tasarlanacak derginin görsel kimliği söz konusu olduğunda temel grafik tasarım unsurları olarak; sayfa yapısı, tipografik kararlar, renk kullanımı, logo ve görsel kullanımı başlıkları altında sınırlamak daha doğru bir tercih olacaktır.

2.3.1. Sayfa Yapısı

Yazı, fotoğraf ve resimler, görsel tasarım unsurları arasındadır. Kompozisyon alanında tipografi, fotoğraf ve illüstrasyon gibi tasarım unsurları doğru kullanıldığında tasarımın gücünü arttırarak daha çekici bir hal almasını sağlar. Tasarım süreci, karışıklığa ya da aynılığa düzen getiren bir planlamadır ve oluşan bu düzen, verilen mesajın daha kolay anlaşılmasını sağlar (İstek, 2004:55). Sayfa, imgelerin ve metinlerin sunulduğu bir alandır ve iyi tasarlanmış bir sayfa düzeni, yayının amacını, felsefesini iletmeli ve gerçek hedef kitlesine hitap etmelidir (Ambrose ve Harris, 2013:17).

Dergiler de grafik tasarım alanını içermektedir. Dergi tasarımında yer alan yazı, fotoğraf ya da illüstrasyonlarla oluşturulan iyi bir sayfa düzeni, okuru görsel açıdan etkilemesinin yanında bilgilendirmelidir. Okur sadece dergi sayfalarında yer alan

editöryal içeriğe odaklanmaz; içeriğin görsel ifadelerle sayfa yapısına nasıl yansıdığına da odaklanır. Okur, kapak, logo, sayfa düzeni, başlıklar, içeriğe ait yazılar ve yazılara ait görsellerin bir bütün oluşturduğu dergiyle arasında bir bağ kurar. Bu bağ, hiç şüphesiz editöryal ve görsel kimliği iyi ve güçlü yansıtılmış dergiler için geçerlidir.

Sayfa yapısı, biçim ve alanın yönetimi olarak da tanımlanabilir; tasarım unsurlarının kapladıkları alanların sistemli olarak yerleştirilme işidir. Sayfa düzeninin ilk amacı, iletilecek görsel ve metinsel ögeleri okurun kolaylıkla algılayacağı bir biçimde sunmaktır. Basılı ya da elektronik mecralarda oluşturulan iyi bir sayfa düzenlemesi, okuru karmaşık bilgiler içinde kolaylıkla yönlendirilebilir. Sayfa düzeninden bahsederken genellikle ızgara, yapı, hiyerarşi, özel ölçüler ve bunlar arasındaki ilişkiler düşünülmektedir. "Kısacası sayfa düzeni, ızgarayla ve düzen oluşturmayla ilgilenir ancak bunlar, yalnızca kullanılacak *araçlardır*" (Ambrose ve Harris, 2013:9-10). Grid (Izgara) sistemi ile tasarlanan sayfa yapısı özellikle gazete ve dergi gibi süreli yayınlarda daha da önem teşkil etmektedir.

"Izgaranın en temel işlevi, sayfadaki bilgiyi düzenlemektir" (Ambrose ve Harris, 2014:10). "*Grid sistemi*, derginin iskeletidir. Bir süreli yayın olan derginin, değişen konularda ve sonraki sayılarda, sürekliliğini, kimliğini kaybetmeden uygulanabilmesini sağlar" (Tuncay, 1998:33). "Grid yapısı olan bir tasarımın bir ahengi vardır ve bu düzenli bir şekilde elemandan elemana geçiş sağlar ve sıkıcılığın önüne geçer" (İstek, 2004:99).

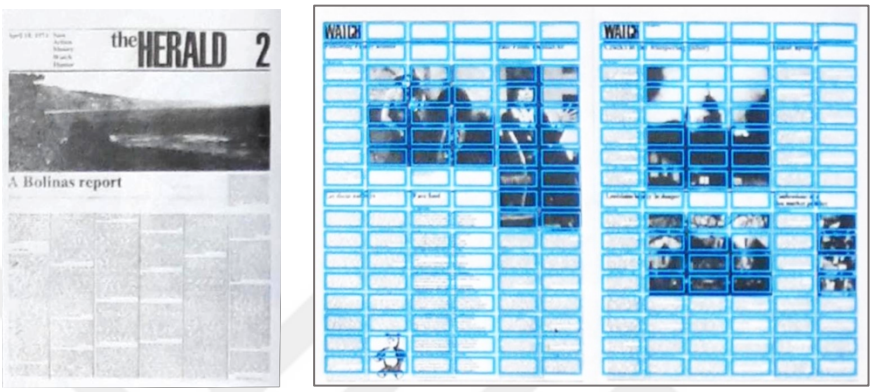
Dünyaca ünlü grafik tasarımcı Neville Brody, dergi tasarımında nelere dikkat edilmesi gerektiğini şu şekilde açıklamaktadır:

> "Sayfa ızgarası temel iskeleti oluşturur, her şey ona bağlıdır. Yapı iskelesi neyse, ya da bir binanın duvarları ya da kirişleri neyse, o da odur. Izgara çok önemlidir; sayfanın ortasından sağa sola bir şeyler savruluyormuş hissine kapılmamak için uygun bir biçimde birleştirilmiş yeterli boşluğun olması gerekir. Bir yerden bir yere geçerken akışı kesmeden çevreleyebilmek gerekir" (Brody, 1988).

Yatay ve dikey çizgilerden oluşan ızgara (grid), tüm tasarım mecralarında olduğu gibi dergi tasarımında da sayfadaki ögeleri etkili bir biçimde düzenlemesi için

tasarımcıya yön verirken; aynı zamanda tasarım tutarlılığının oluşmasını/korumasını sağlayan görünmez kılavuz çizgilerdir. Buna göre grid sistemi, dergi sayfasında yer alacak yazı ve görsel elemanların; sütun ve satırlara göre hizalama ve düzenlemeye yardımcı olur (Resim 31).

Resim 31. *The Herald* isimli süreli yayınına ait grid sistemi ve sayfa görüntüleri



Kaynak: (Uçar, 2004:152)

Tevfik Fikret Uçar, *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım* adlı kitabında Amerikalı ünlü grafik tasarımcı Paul Rand'in grid ile ilgili şu sözlerini aktarmıştır; "iyi bir grid üzerinde kötü ve statik tasarımlar oluşturulabileceği gibi, basit bir grid üzerinden de dinamik ve ilginç tasarımlar yapılabilir" (Uçar, 2004:153). Burada vurgulanmak istenen durum ise doğru oluşturulan bir grid yapısı ve bu yapının içinde tasarım unsurlarının iyi bir biçimde uygulanmasıdır. Ülkemizde Nisan 2015 itibariyle yayın hayatına başlayan spor dergisi Socrates (Resim 32), görsel kimlik ve editöryal kimlik olarak başarılı örnekler arasındadır. Grid sisteminin de uygulandığı bu dergide, iç sayfalarında grid sistemine bağlı olarak üç sütün kullanılmış ve yazı, fotoğraf ve illüstrasyonlar bu grid sistemi çatısında yerleştirilerek bir tasarım devamlılığı oluşturulmuştur.

Resim 32. *Socrates* (Nisan 2016) dergisine ait iç sayfalar için oluşturulan grid sistemi

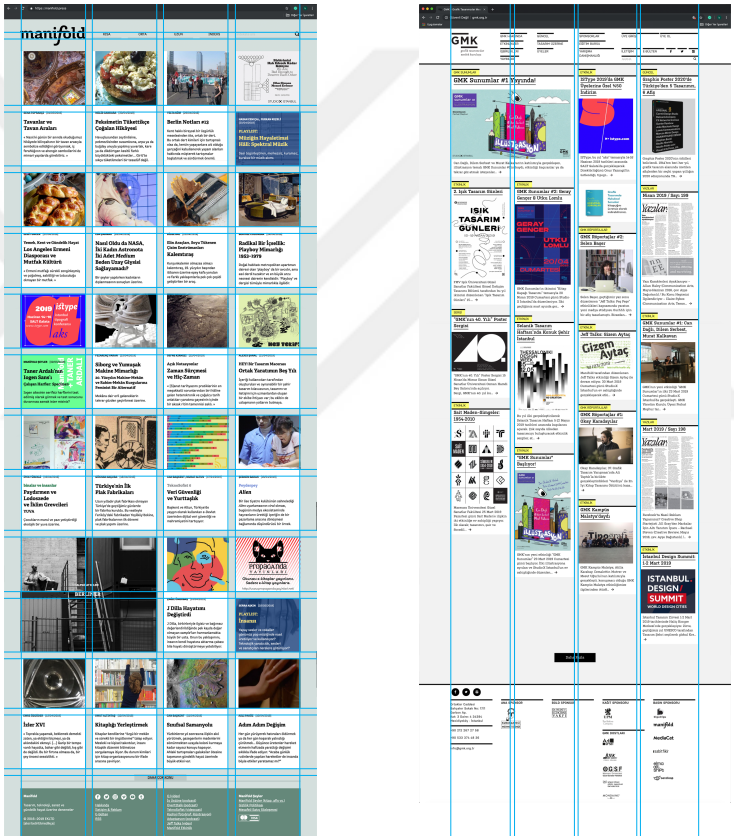


Kaynak: https://twitter.com/socratesdergi/ 2019

Grid sisteminin, simetrik, asimetrik, modüler, hiyerarşik ve deneysel grid sistemi gibi çeşitlerini saymak mümkündür ancak dergi tasarımında kullanılacak tek tip grid sistemi yoktur ve bir genelleme yapılamaz; grid yapısını her tasarımcı farklı biçim ve oranda kullanır çünkü sayfa kenar boşlukları ve gridler arası mesafeler uygulanacak mecraya ve çalışmanın boyutuna göre değişiklik arz edebilir.

“World wide web’in ve çevrimiçi mecranın ortaya çıkışı sayfadan ekrana bir göçtür” Elektronik ortamlardaki sayfa düzeni ile basılı ortamlardaki sayfa tasarımının temel işlevi aynıdır; elektronik ortamlarda da içeriği sütunlarla düzenlenmektedir. Basılı ortamdaki sayfa yapısındaki ilkeler elektronik ortama aktarılabilir ancak basılı mecralarda karşılıklı iki sayfa mevcutken, elektronik mecrada sayfa tek bir sayfadır. Dolayısıyla sayfa yapısı karşılıklı sayfa olarak tasarlanmaz, görsel veya yazılı içerik panoramik olarak tasarlanır ve aktarılır (Ambrose ve Harris, 2013:174) (Resim 33).

Resim 33. *Manifold* (Nisan 2019) internet sayfasına ait grid sistemi (sol), *GMK* (Nisan 2019) internet sayfasına ait grid sistemi (sağ)

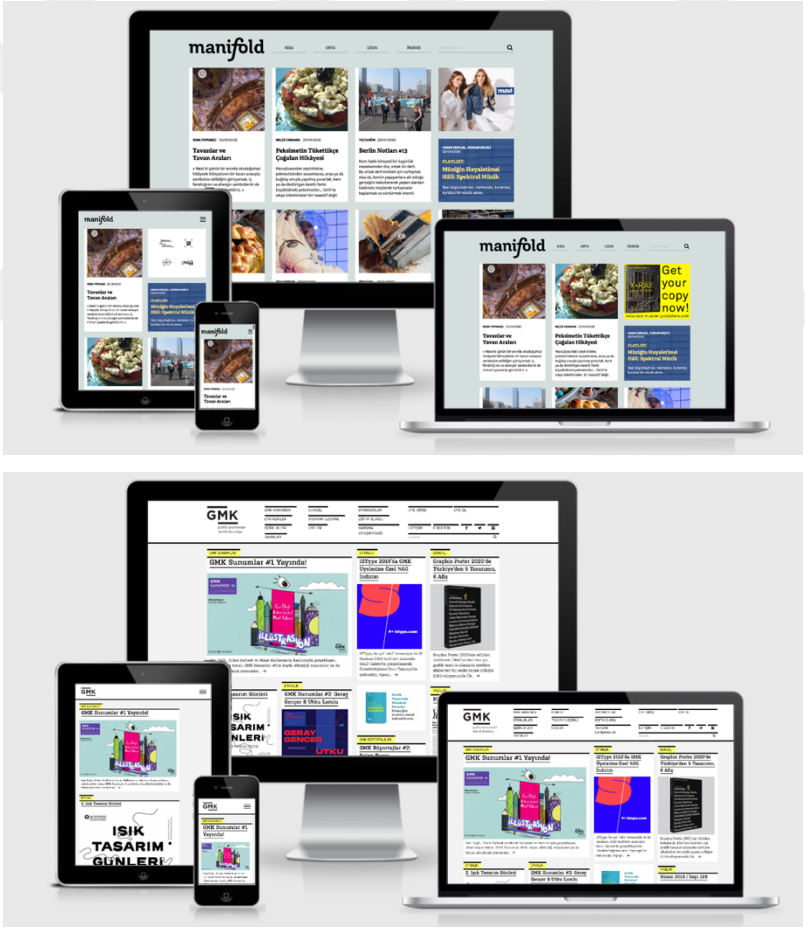


Kaynak: https://manifold.press/, http://gmk.org.tr/ 2019

Geçmiş yıllarda web siteleri belirli bir grid sistemi temelinde tasarlanmaktaydı. Özellikle mobil cihazların hayatımıza girmesinden sonra web sitelerinin tamamen gridal sistem temelinde tasarlanması zorunluluk haline gelmiştir çünkü web siteleri hem büyük ekranda hem de küçük ekranlarda görüntülenmek durumunda kalmıştır. Büyük ekranlarda yan yana gördüğümüz sütunlar, mobil cihazların küçük ekranlarında görüntülendiğinde alt alta sıralanan bir yapıya dönüşmüştür (Resim 34). Bu duruma

bağlı olarak likit tasarım ya da esnek tasarım denilen bir tasarım mantığı oluşmuştur. Bunu oluşturmanın yolu da grid sistemleridir ve bu sistemlerin web sitesi tasarımlarında da kullanma gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu durum dergi tasarımında da söz konusudur, basılı dergi tasarımında kullanılan grid ve sütun mantığı, elektronik dergi tasarımına da okurun ekran boyutları imkan verdiği sürece aktarılabilinir ve görsel kimlik devamlılığı sağlanabilinir. Sonuç olarak basılı mecralar için 1950'li yıllarda ortaya çıkan grid sistemleri, bugün elektronik mecraların da olmazsa olmaz bir parçası haline gelmiştir.

Resim 34. *Manifold* web sitesine ait elektronik cihazlardaki ekran görünümleri (üst), *GMK (Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu)* web sitesine ait elektronik cihazlardaki ekran görüntüleri (alt)



Kaynak: https://manifold.press/, http://gmk.org.tr/ 2019

2.3.2. Tipografik Kararlar

Okur için bir dergideki en dikkat çeken unsur yazıdır. Encyclopedia Britannica yazının tanımını "diller sembollerin sistemleridir, yazı ise bu sembolleri sembolize etmenin sistemidir" şeklinde tanımlamıştır (www.britannica.com). Tevfik Fikret Uçar ise yazının temel işlevini "işaretler yardımıyla düşünce ve bilgi aktarımı" ve tipografiyi ise "yazı ile sanat yapma" şeklinde tanımlamıştır (Uçar, 2004:106).

Tiryakioğlu, tipografinin yapısı itibariyle dinamik bir iletişim aracı olduğunu şu şekilde açıklamaktadır: "Tipografik mesaj; sözel, görsel ve seslidir. Tipografik unsurlar okundukları ve sözle yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir" (Tiryakioğlu, 2012:29).

> "Grafik tasarımda tipografi, bilgi ve mesajın anlaşılabilir bir form diliyle iletilmesinin yanı sıra, bir tarz, kişilik, görsel bir dil, farklı bir imge olarak ortaya konan bir eleman olma iddiasını taşımaktadır. Kuşkusuz mesajın içeriğiyle tipografinin uyuşması grafik tasarımcılarının en sıklıkla çözüm bulmak zorunda kaldığı durumdur… Çoğu kez okunabilirlik ve görsel algılanabilme gibi tipografinin pragmatik işlevleri göz önünde olsa da, aslında tipografi tasarıma kimlik kazandıran önemli bir tasarım elemanı olarak bilinmektedir" (Uçar, 2004:106).

Verilen tipografik karar ne kadar estetik olursa olsun okunamıyorsa hiçbir değeri yoktur, ayrıca yazının hedef kitlesi ve kullanılan mecrası da çok önemlidir. Yazı karakterinin seçimi ve kullanımı sadece okunabilirliğe hizmet etmez, aynı zamanda iletişimin vurgusunu da arttırır; dolayısıyla fontun mesaja uygun olması gerekir (Tiryakioğlu, 2012:29). Tipografi "…düşünceyi giydiren son ögeyi, onun maddesel güzelliğini yazının sistemi içerisinde biçimlendirir…" (Jean, 2004:144). Bu yüzden tipografi, hem görsel iletişimin hem de hem de sözel iletişimin etkin bir aracıdır; bilginin hedef kitleye doğru bir şekilde aktarılması ve bilginin okunabilirliği noktasında bir işlevsellik kazanmaktadır.

> "Okunabilir bir yazı, tipografinin merkezidir. Çünkü zayıf ve harf formundan uzak bir yazı karakteri, yazıların önemini anlamamamıza neden olur ve sadece bunlara konsantre olmamıza yol açar. Tutarlı bir espas, (harf arası) okumayı kolaylaştırır ve ahenk sağlar. Bir yazı karakterinin seçimi içerikle eşdeğer olmalıdır ve onu yansıtmalıdır" (İstek, 2004:115).

Yazının içeriği kadar dergi tasarlama aşamasında da tipografik kararlar ve bu kararların uygulama biçimi önem arz etmektedir. Ayrıca tipografik kararlar dergi tasarımında görsel kimliğin belirlenmesinde de önemli bir rol oynamaktadır çünkü tipografi "… harf, sözcük ve satırlarla ve boşluklama için gereksinen diğer öğelerle, belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemeler" (Sarıkavak, 1997:1) dir.

> "Dergide yer alan bir yazı birçok düzeyde var olur, sadece kelimelerle oluşmaz ve her tasarım, bu yazının içeriğini nasıl okuduğunuza bir şeyler katar. Kullandığınız karakter, puntosu, harf boşluğu ya da satır aralığı yaptığımız düzenleme, bütün bunlar bir yazıyı nasıl gözle okuduğumuzu etkiler" (Brody, 1988).

Dergi tasarımında tipogafi; derginin logosu, kapağı, künyesi, içindekiler sayfası, iç sayfaları, başlıklar ve sayfa numaraları gibi bir dergiyi oluşturan tüm yapıları ve yayının tüm tasarımını etkileyen anahtar bir role sahiptir. Hem okunabilirliğin sağlanması hem de okurun ilgisini çekmek adına alınan tipografik kararlar için "…yazı karakterinin kendinden olan açıklığı, harf büyüklüğü, harf boşluğu, kelime arası ve satır arası boşluğu" (İstek, 2004:118) gibi bilinen bir takım özelliklerin ya da kuralların bilinmesi gerekmektedir. Bazı yazım ve tipografi kurallarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

- Harf arası boşluk ve satır arası boşluk, gereğinden fazla artırıldığında ya da azaltıldığında okuma zorluğu doğar. Satır arası boşluğun yanlış düzenlenmesi okuma zorluğunun yanında cümleleri birbirinden ayırır, sonraki satırın takibini güçleştirir (Uçar, 2004:127)

- Büyük harfleri (majiskül) okumak, küçük harfleri (miniskül) okumaktan daha zordur ancak küçük harflerin çevresindeki beyaz boşluklardan dolayı rahat okunmasına karşın büyük harfler, başlık ve alt başlıklarda fark edilir ve görsel olarak güçlü görünürler (Uçar, 2004:130; İstek, 2004:118).

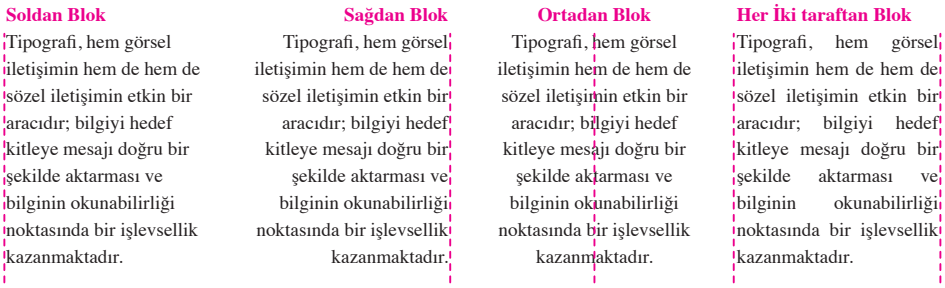
- Küçük harflerin gövde dışındaki üst ve alt uzantıları okunmayı kolaylaştırır. Gazete, dergi, roman ya da hikaye gibi uzun metinlerin bulunduğu yayınlarda

küçük harf kullanımı uygundur. Bu tür yayınlarda büyük harf kullanımı gözü yorar (Uçar, 2004:130).

- Ragıp İstek (2004), serifsiz (tırnaksız) yazı karakteri ile dizilmiş metinler, serifli (tırnaklı) yazı karakterle dizilmiş metinlerden daha zor okunabileceğini söylemiştir (İstek, 2004:118). Ancak günümüzde bazı araştırmalarda tırnaklı ve tırnaksız karakterin birbirine yakın sürelerde okunduğu ve okuma hızı bakımından aralarında belirgin bir fark olmadığı da belirtilmektedir. Bu durumda uzun metinlerde tırnaklı karakterlerin daha çok tercih edilmesinin nedeni; okuma kolaylığından ziyade alışkanlıklar olduğu söylenebilir.

- Başlıca metin düzenleme biçimleri; soldan blok, sağdan blok, ortadan blok ve her iki taraftan blok şeklindedir. Soldan blok ile sayesinde göz aynı başlangıç noktasına erişir ve satırlar arasında takibi sağlar. Sözcük bölünerek yapılmış her iki taraftan blok ise hem okunuşu düzenler hem de sayfada dengeli bir gri alan elde edilir. Roman ve hikaye gibi uzun süre okunması gereken metinlerde her iki taraftan blok sıklıkla kullanılır. Ortadan ve sağdan bloklama ise başlık ve ara başlıklarda kullanılan bir düzenleme biçimleridir. Farklı bilgi gruplarının vurgulanması için kullanıldığında metinde bir ayrışmayı sağlar. Ancak ortadan bloklamada, göz her defasında farklı bir satırbaşına dönmesinden dolayı genellikle metin düzenlemesine uygun bir düzenleme biçimi değildir. Kısa yazı öbeklerinde ortadan blok kullanılabilir ancak uzun metinlerde okumayı zorlaştırır. Türkçenin sözcük yapısı, İngilizce ya da Almancaya oranla daha uzun olmasından dolayı her iki taraftan blok yapıldığında; dere/nehir olarak adlandırılan görsel ve tipografik hatalar sebebiyet verir (Uçar, 2004:128) (Resim 35).

Resim 35. Metin Bloklama Biçimleri



2.3.3.Renk Kullanımı

Yakup Öztuna rengin tanımını şu şeklinde yapmıştır: "renk, farklılaşan dalga uzunluklarının ve frekanslarının, ışık dalgalarının gözler üzerindeki etkisidir" (Öztuna, 2008:121) , Faruk Atalayer ise rengi "… gözle algılanan bir ışık olayıdır. Işığın veya eşya üzerine çarpması ile yansıyan ışınlardan, göz yoluyla duyumsayıp algılanabilen, bir "elektro manyetik" bir olaydır" şeklinde tanımlamıştır (Atalayer, 1994:183).

Rengin hem fiziksel hem de psikolojik etkileri bulunmaktadır. Renk, bazı genellemelerin dışında kesin yargılarla değerlendirilemez. Bunun nedeni ise rengin, her toplumun yaşayışlarına ve kültürüne göre farklı anlamlar taşımasıdır. Renk tercihlerinin yanlış kullanımı insanlarda olumsuz bir etki de oluşturabilir. Bu araştırmanın kapsamında renklerin psikolojik anlamları dahil edilmemiştir.

> "Renk, bir şeyi tasarlarken edindiğimiz ilk görsel izlenimimizdir ve iletmek istediğimiz mesajı ifade etmemizde en önemli görsel iletişim aracıdır. Bir tasarımda renkler, öne ve arkaya doğru giderler; soğuk ve sıcak görünürler; görsel hareketlilik, illüzyon ve derinlik yaratırlar; biçimleri, şekilleri görünür kılarlar. Renk soyut kavramları ve düşünceleri simgeleştirir (sembolize eder), hayal dünyasını, istekleri ve arzuları dışa vurur; zaman ve mekanı hatırlatır; ve duygusal ve görsel yanıtlar üretir. Renk, aynı zamanda, kurumsak kimliklerin ve markaların ana yapısal ögesi olarak işlev gösterir; ikna etmede, iletişim kurmada ve bir ürüne ilgisini çekmede önemli bir rol oynar" (Öztuna, 2008:121).

Gazete ve dergi gibi süreli yayınlarda renk kullanımı, yayının görsel kimliğini oluşturan önemli bir tasarım unsurudur. Dergi tasarımında editöryal içeriğe uygun doğru renk kullanımı, görsel kimliğin oluşmasının yanında vurguyu da arttırmaktadır. Birçok dergi tasarımında renk, görsel kimliğin bir parçası olmasının yanında dergide

yer alan içindekiler sayfası, röportaj sayfası, konu başlıkları ya da içerik gibi bölümlerin belirtilmesi/gruplandırması için de kullanılmaktadır.

Tiryakioğlu kullanıldığı amaca göre renk seçiminin değiştiğini belirtmiş ve rengin, yayıncılık ve sayfa düzenlemesinde üstlendiği bazı işlevlerini aşağıdaki gibi sıralamıştır (Tiryakioğlu, 2012).

Zemin tonu olarak renk kullanımı: Koyu ya da çok parlak zemin rengi kullanıldığında yazıyı ya da kullanılan diğer unsurları zemin renginden ayırmak zordur.

Süs/dekoratif olarak renk kullanımı: Renk ön plandadır ve bu yüzden daha güçlü, kuvvetli ve kasıtlı olarak daha belirgin fakat yayının çizgisine, karakterine uygun olmalıdır.

Ayrıntıların belirleyicisi olarak renk kullanımı: Renk, benzer karakterde olmayan serilerin devamlılığını ve geçişi sağlamak için tamamlayıcı olarak kullanılır. Aynı alanda bir grubu diğerinden ayırmak için kullanılır.

Vurgu arttırıcı renk kullanımı: Rengin kontrastlığından faydalanılarak, dikkat çekilmesi istenilen ögeleri vurgulamak için kullanılabilir (Tiryakioğlu, 2012:63-64).

Renk, sayfa tasarımında bahsi geçen bu işlevler; dikkat çekmek, çağrışım yapmak, psikolojik etki, kalıcılık ve estetik bir atmosfer oluşturmak amacıyla kullanılmaktadır. En çok dikkat çekmek için renklerden yararlanılır; vurgulamak istenilen önemli ögeler ise özellikle sıcak renklerin (kırmızı, turuncu ve sarı) kullanımıyla sağlanabilir.

Çağrışım yapmak; okur bazı renkleri nesne ya da ürünle ilişkilendirebilir, burada dikkat edilecek husus ise kullanılan rengin seçimi herkesin anlayacağı şekilde ve amacına uygun olmalıdır. Psikolojik etki oluşturmak için sayfa tasarımında mesajın psikolojik karşılığı bulunmalıdır. Burada tasarımcıya düşen görev ise renklerin psikolojik anlamlarını doğru bilmek ve yansıtmak olmalıdır. Kalıcılık oluşturmak için

ise renklerin anımsatma gücünden faydalanılır, aynı zamanda bir şeyi tanımlarken de renklere başvururuz (Tiryakioğlu, 2012:63-64). Reklamcılar, tüketicinin zihninde yer etmesi için tanıtımını yaptığı ürünün/markanın kimliğini oluşturan renkleri sıklıkta kullanmayı tercih eder. Yayınlar için de bu durum söz konusudur, görsel kimliğine uygun renk kullanımı tüketicinin yayını anımsamasında ve tercih etmesinde önemli rol oynar. Dergi tasarımında estetik bir etki oluşturmak için de renklerden faydalanılır, bir yayında uyumlu renklerin oluşturduğu görsel bütünlük okurun dikkatini çekmektedir ve yayının benzerleri arasından sıyrılarak öne çıkmasını sağlamaktadır.

2.3.4. Logo ve Görseller

Dergi tasarımında görsel kimlik unsurlarından belki de en önemlisi logosudur. Çünkü okur dergiyi logosu sayesinde tanır ve satın alır. Çünkü market raflarında ilk karşılaşacağı derginin logosu ve kapağıdır.

Dergi kapağında logo her zaman üstte kullanılmak durumundadır. Bunun sebebi ise market ve kitapçılarda bu dergilerin üst üste standlara yerleştirilip teşhir edildiğinde derginin üst tarafının görünmesi durumudur. Dolayısıyla derginin görünür olması için logonun dergi kapağında üstte yer alması gerekmektedir. Logonun üstte yer alması yazılmamış bir kuraldır. Sadık Karamustafa, dergi kapağını bir vitrine benzetmiş, "…"içindekileri" haber verir ama en önemlisi görsel kimliği tanımlar" şeklinde görsel kimliğin önemini de vurgulamıştır (Karamustafa 2001:18).

Ülkemizde 1989 yılından beri başarılı bir şekilde yayın hayatına devam eden tasarım ve kültür dergisi *Arredamento Mimarlık,* görsel bütünlük, süreklilik ve tutarlılık açısından iyi örnekler arasındadır. Tasarımı Bülent Erkmen'e ait olan bu derginin kapakları, bilinçli ve ölçülü bir üslupla Erkmen tarafından yıllar içinde geliştirilmiş, tasarım tutarlılığı korunarak devam etmiştir (Karamustafa, 2001:19). Derginin tasarımında her sayı aynı gridal yapı üzerinde kurgulansa da; kapakta yer alan görsel ve logo rengi değişmektedir. Kapaklarda içerik başlıkları ve logonun yeri sabit tutulmuş, merkezde dosya konusunu "hicveden" bir fotoğraf kullanılmış ve bu fotoğrafa uyumlu renk kodları logoya aktarılarak sayfa bütünlüğü oluşturulmuştur (Resim 36.)

Resim 36. ***Arredamento Mimarlık (2013, 2016, 2019)*** **dergisine ait kapak görüntüleri**



Kaynak: https://www.arredamentomimarlik.com/dergi/313 / 2019

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

Fotoğraf ve illüstrasyonlar da dergilerin önemli görsel ögeleri arasındadır. Bu görsel unsurlar yayına estetik katkılarının yanında içeriğin kolay algılanmasında da büyük rol oynamaktadırlar. Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesiyle beraber görsel uyaranların çok olması okurların odaklanma sürelerini de kısaltmıştır, özellikle gazete haberlerinde yazıların azaldığı, görsellerin ise arttığı görülmektedir. Çünkü fotoğraf ve illüstrasyon gibi görsel ögelerin algılanma süresi yazıya oranla daha kısadır.

Tiryakioğlu, yazılı basında fotoğraf kullanımını ve yayın sayfasında fotoğrafın algılanma sırasını şu şekilde açıklamıştır:

> *"Haber fotoğrafı,* okuyucuyu bilgilendirici işlevi üstlenir. *Renklendirici fotoğraf,* birlikte yer aldığı metnin konusunu ele alır ancak bilgilendirici görevi yoktur. *Kavramsal fotoğraf,* irdelenen konunun merkezindeki kavramı görselleştirmeye yarar"

> "Okur gözü önce sayfadaki en büyük, dominant fotoğrafa kayar. Bu sayfanın odak noktasını oluşturur. Daha sonra fotoğrafın altındaki yazıya inip soldan sağa doğru hareketini devam ettirir. Okur yukarıdan aşağıya ve yine sağdan sola doğru olmak üzere sayfanın genelini tarayıp yine en önemli gördüğü habere döner" (Tiryakioğlu, 2012:71).

2.4. Elektronik Dergi Tasarımında Görsel Kimliği Oluşturan Unsurlar

Hem basılı hem elektronik derginin görsel kimliğini oluşturan unsurları sayfa yapısı, tipografik kararlar, renk kullanımı, logo ve görsel kullanımı olarak ortak başlıklar altında toplamak mümkündür ancak elektronik dergi tasarımı söz konusu olduğunda bu unsurlara ilave olarak başka unsurlar da eklenmelidir.

Bir elektronik dergi, basılı dergide yer alan tüm unsurları barındırabilir. Ancak elektronik dergilerde basılı dergide yer alamayacak bazı unsurlara yer verilebilir. Çevremizde gördüğümüz ve elektronik dergi olarak sunulan birçok yayın yalnız basılı derginin PDF formatındaki sayısal kopyası olarak sunulmaktadır. Belirli sayıda dergi ise elektronik yayınlara ait etkileşimli özellikleri de kullanarak okura daha işlevsel bir deneyim sunmaktadır. Elektronik dergiler basılı mecranın tabiatıyla ortak özelliklerini barındırmasının yanında, bilgisayar, tablet ve akıllı cihazlar gibi farklı medya ortamlarına uygun; birden çok duyuya hitap eden ses, müzik, fotoğraf, hareketli görüntü (video/animasyon) gibi çoklu ortam (multimedia) unsurlarını da kapsayabilirler.

Görsel kimliği oluşturan tüm bu unsurlar kullanılarak statik tasarım ve etkileşimli tasarım olarak iki yapı altında etkileşimli e-dergi tasarımı yapılabilmektedir.

2.4.1. Statik Tasarımda Yer Alan Unsurlar

Statik tasarımda hem basılı hem de elektronik dergilerde birbirlerine benzer formatlarda görüntü dosyaları kullanılmaktadır. Bu dosya biçimleri dijital dosya boyutları, çözünürlük ve görsel kalitesi ve renk modelleri gibi bazı teknik farklılıklar içermektedir.

2.4.1.1. Durağan Görüntü (Statik Grafikler)

Fotoğraf, illüstrasyon ve animasyon gibi görüntü ögelerinin yazı ile kıyaslandığında algılanma sürelerinin daha kısa oluşu sebebiyle durağan görüntüler, basılı dergi tasarımında olduğu kadar elektronik dergi tasarımında da önemlilik arz etmektedir. Bilgisayar, tablet ve akıllı cihazlar gibi farklı medya ortamlarında yayınlanmasına ve e-dergi içeriğine göre görüntü; durağan ve hareketli görüntü olarak iki tür görüntü biçimi ile karşılaşılmaktadır. Durağan görüntüler fotoğraf, grafik ve illüstrasyonlardır. Basılı dergi tasarımında kullanılan görüntüler ile e-dergi tasarımında kullanılan durağan görüntülerin çözünürlük, dosya biçimi ve renk kodları birbirinden farklıdır.

2.4.1.2. Görüntü Dosya Biçimleri

Elektronik ortamlarda kullanılan görselleri, vektörel ve piksel tabanlı olarak iki farklı grupta sıralayabiliriz. Bu görsellerin kullanıldığı ortamlara göre dosya biçimleri farklılık göstermektedir. Bilgisayar, tablet ve akıllı cihazlar gibi farklı medya ortam ekranlarda görüntülemek ya da ve çevrimiçi/çevrimdışı yayınlamak için kullanılan görsel unsurların görüntü dosya biçimleri de farklılık göstermektedir.

Basılı mecralarda kullanılan görselin ya da yazının, görüntü kalitesinin ve dosya boyutunun yüksek olması dikkate alınırken, elektronik mecralarda ise görselin ya da yazının görüntü kalitesinin iyi olmasının yanı sıra sıkıştırma, dosya boyutu ve iletim hızı da dikkate alınmalıdır. Hızlı yükleme/gönderim için görüntünün sıkıştırılması ve görüntülenen mecranın depolama alanı sınırlaması olabileceği ihtimali için dosya boyutunun küçük tutulması gerekmektedir.

Basılı dergi tasarımında kullanılan bir çok görüntü dosya biçimi elektronik dergi tasarımında da kullanılabilmektedir. Ancak tersi düşünüldüğünde elektronik ortamlar için kullanılan görüntü dosya biçimi basılı mecralarda kullanıldığında görüntü kalitesinde kayıplara sebep olabilir. Basılı yayıncılıkta genellikle EPS, TIFF görüntü dosya biçimleri kullanılırken, elektronik yayıncılıkta ise JPEG/JPG, GIF, PNG gibi sıkıştırılmış görüntü dosya biçimleri kullanılmaktadır.

PSD (Photoshop Document), Photoshop programına ait katmanlı bir görüntü formatıdır. Photoshop programında oluşturulabilecek görüntü ayarlamalarına ve çok katmanlı düzenlemelere imkan sağlamaktadır.

JPEG/JPG**,** Birleşik Fotoğraf Uzmanları Grubu (Joint Photographic Experts Group) tarafından geliştirilip standartlaştırılan görüntü sıkıştırma biçimidir (Cotton & Oliver, 1997:123). Birçok yazılım ve cihaz tarafından desteklenen ve 16 bit renk çözünürlüğüne sahip olan .jpeg uzantılı bu dosya biçimi, fotoğraf görüntüleme/depolama ve çoğu dijital ortamlarda en sık kullanılan dosya biçimidir; jpeg görüntülerinde görüntü kaybı yaşanır ancak dosya boyutu olarak düşük yer kaplaması tercih edilen olumlu yönleri arasındadır. Sıkıştırma oranı arttırıldığında pikselleşme de artacağından dolayı geometrik yapıdaki görüntüler için çok uygun bir dosya biçimi değildir. CMYK, RGB ve gri tonlama renklerini destekler, ancak saydamlığı desteklememektedir (www.adobe.com.tr).

TIFF/TIF (Tag Image File Format / Yönlendirme İmli Dosya Formatı), Microsoft ile Aldus'un masaüstü ve tarayıcı uygulamaları için ortaklaşa geliştirdikleri yaygın bir grafik dosya biçimidir (Cotton ve Oliver, 1997:194). Görüntü kalitesinin yüksek olması sebebiyle masaüstü yayıncılık ve fotoğraf alanında tercih edilir. JPEG dosya biçimine kıyasla dosya boyutu olarak yüksektir. TIFF, belgeler üzerinde renk değişikliğine ve özel efektlere imkan verir. Yayıncılıkta kullanılan görüntü dosya biçimlerine dönüştürülmeden önce çoğu görüntü düzenlemelerine imkan sağlamaktadır. CMYK, RGB, gri tonlu görüntüleri ve saydamlığı destekleyen TIFF görüntü biçimi, 32 bit renk çözünürlüğüne sahiptir. TIFF belgesi katmanlı biçimde kaydedilebilir ancak dosya diğer programlarda düzleştirilmiş katmansız şekilde görüntülenmektedir (www.adobe.com.tr).

GIF (Graphics Interchange Format / Grafik Değiştokuş Formatı) ise ağda renkli görüntü iletimi için 1978 yılında CompuServe firması tarafından geliştirilmiş, Bit işlemli renkli grafik dosya biçimidir (Cotton ve Oliver, 1997:89). HTML belgelerindeki renkli grafikleri ve görüntüleri görüntülemek için yaygın olarak kullanılan GIF aynı zamanda dosya boyutunu ve elektronik ortama aktarım süresini en aza indirmek için geliştirilen bir LZW sıkıştırılmış formatıdır (www.adobe.com.tr). Az sayıya sahip (1-8 bit arası) görüntüler için yüksek sıkıştırma yapabilmesi, imkan sağlar, oluşturulan animasyonlarda zamanlama ayarı yapılabilmesi, farklı resimleri birlikte tutma desteği, görüntülerin hareketli (animated gif) olarak görülmesi ve şeffaf renk tanımlanabilmesi gibi avantajlara sahiptir (Altındağ, 2015). Genellikle bilgisayar, tablet ve akıllı cihazlarda görüntülebilen; banner reklamlar, e-postalar gibi hareketli görüntüleri barındıran mecralarda tercih edilen web görüntü formatı olan GIF, görüntü renklerinin saydamlığını muhafaza etmesi bu dosya biçiminin en önemli özelliğidir.

EPS (Encapsulated PostScript / Kapsüllenmiş 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 olarak iki dosyadan oluşmaktadır (Cotton ve Oliver,1997:75-76). EPS formatı Lab, RGB, çift tonlu, gri tonlu ve bitmap renk biçimlerini desteklemektedir ancak alfa kanallarını desteklememektedir (www.adobe.com.tr). Vektör tabanlı görüntüler için kullanılan EPS dosya biçimi, piksel, vektör ve sayfa mizanpajı tabanlı tüm grafik programları tarafından desteklenmektedir.

PNG (Portable Network Graphics / Taşınabilir Ağ Grafikleri), GIF formatına alternatif olarak geliştirilmiş ve en çok web ortamında tercih edilen kayıpsız sıkıştırma özelliğine sahip bir görüntü dosya biçimidir. GIF görüntü biçiminden farklı olarak PNG'de daha fazla renk görüntüleri ve gelişmiş saydamlık özellikleri görülmektedir. 24 bit görüntüleri, alfa kanalı içermeyen; RGB, gri tonlama, bitmap biçimindeki görüntüleri desteklemektedir. Kenarları pürüzsüz arka plan saydamlığı oluşturmaktadır; gri tonlu ve RGB görüntülerdeki saydamlığı korumaktadır (www.adobe.com.tr). Görüntü netliği açısından bakıldığında vektörel tabanlı görüntü ve metin içerikli görüntüler için uygun bir görüntüleme dosya biçimidir.

2.4.1.3. Görüntü Çözünürlüğü

Çözünürlük, "dijital görüntülerde, bir ekran üzerindeki inç kare başına düşen piksel "ppi" (pixel per inch) veya basılabilir inç kare başına nokta "dpi"* (dots per inch)" sayısıdır (Chandler ve Munday, 2018:82). Burada karıştırılmaması gereken bir husus ise ppi elektronik ekranlar için kullanılan bir terimken, dpi masaüstü yayıncılık için kullanılan bir terimdir. Çözünürlük, görüntüde bir ayrıntı ölçümüdür; görüntü ise her inçteki piksel ya da nokta sayısıyla ve her görüntü ögesinde renk değerlerini tanımlamada kullanılan bit sayısıyla ölçülür (Cotton ve Oliver, 1997:174). "Piksel boyutları, bir görüntünün genişlik ve yüksekliğinin toplam piksel sayısını ölçer. Çözünürlük, bitmap görüntüdeki en ince ayrıntıdır ve inç başına piksel cinsinden (ppi) ölçülür" (www.adobe.com.tr, 2018). Sonuç olarak piksel sayısı ile çözünürlük arasında doğru bir orantı vardır; inç başına düşen piksel sayısı ne kadar fazla ise çözünürlük o kadar yüksektir böylece görüntü kalitesi de yüksek olacaktır.

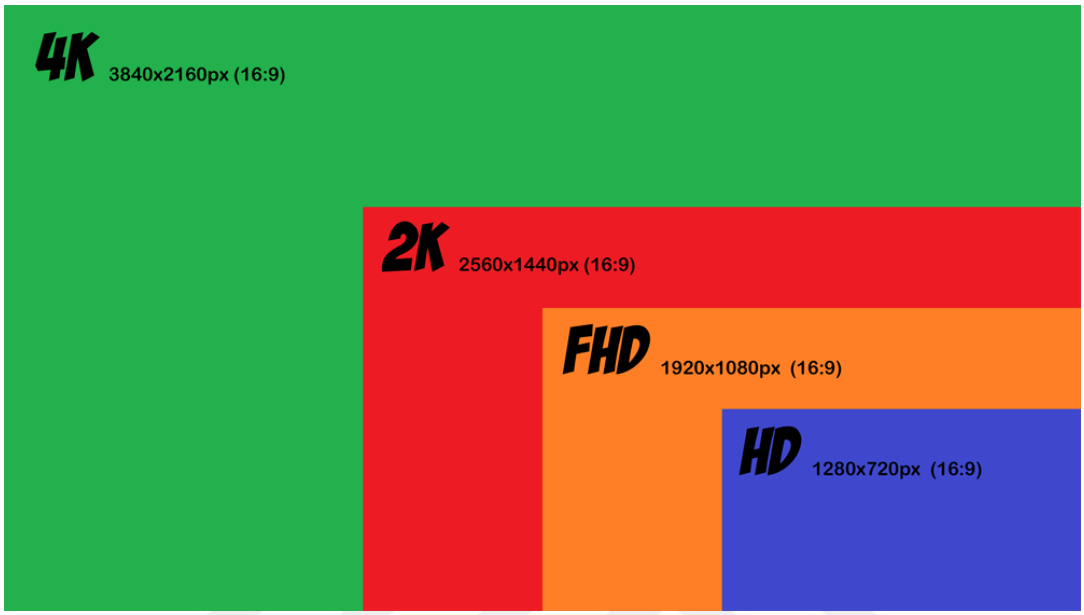
Video, animasyon, fotoğraf ya da grafiklerin görüntü çözünürlükleri, bilgisayar, tablet, e-okuyucu ve akıllı mobil cihazlar gibi farklı medya ortamlarının ekran ölçülerine ve çözünürlüğüne göre değişiklik göstermektedir. Bunun nedeni ise günümüz teknolojisinde kullanılan elektronik cihazların her geçen gün ekran çözünürlüklerinin gelişmesidir.

Son yıllarda HD, 2K, 4K, 8K gibi çözünürlük değerine sahip televizyon, bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi cihazlarla karşılaşmaktayız. Bazı akıllı telefon, monitörlerde, Windows Notebook ve Apple firmasına ait MacBook Pro modellerinde; 2K (2560 x 1440 px) çözünürlük değerinde ekranlar kullanılmaktadır. Bazı TV ve monitörlerde ise 4K (3840 x 2160 px) ve 8K (7680 x 4320 px) çözünürlük değerlerine sahiptir. HD (High Definition / 1280 x 720 px), Full HD (1920 x 1080 px), 4K Ultra HD (3840 x 2160), 5K Ultra HD (5120 x 2700 px) ve 8K Ultra HD (7680 x 4320 px) çözünürlük değerleri, ekran standardı olan 16:9 (en/boy oranı) formatına sahiptir (Doğan, 2018). Bazı cep telefonları ve bilgisayar ekranları için geçerli olan ancak 16:9

* dpi (inç başına nokta): Çizgisel inç başına düşen nokta sayısı olarak görüntü tarayıcılarının girdilerinin veya bilgisayar yazıcılarının çıktılarının çözünürlüğünü temsil eden ölçüm birimidir (Chandler ve Munday, 2018:106).

formatına uymayan 1280 x 768 px, 1440 x 720 px, 2048 x 1080 px, 2560 x 1440 px gibi çözünürlükler de bulunmaktadır (www.shiftdelete.net, 2017) (Resim 37).

Resim 37. Çeşitli ekran çözünürlüklerine ait ölçü grafiği



Kaynak: https://www.incehesap.com/blog/4k-cozunurluk-hakkinda-bilmeniz-gereken-4-gercek/ 2018

Tüketicinin büyük ekranlara olan ilgisi hiç şüphesiz üretici firmaları da harekete geçirecek ve ekran boyu ve çözünürlük değerleri her geçen gün değişecektir. Bir elektronik yayının görüntü kalitesi yüksek olsa dahi okurun görüntüleyici cihazının ekran boyutu ve çözünürlüğü, yayın kalitesini olumlu veya olumsuz etkilemektedir (Resim 38).

Resim 38. Çeşitli ekran çözünürlüklerine ait görüntü netlikleri



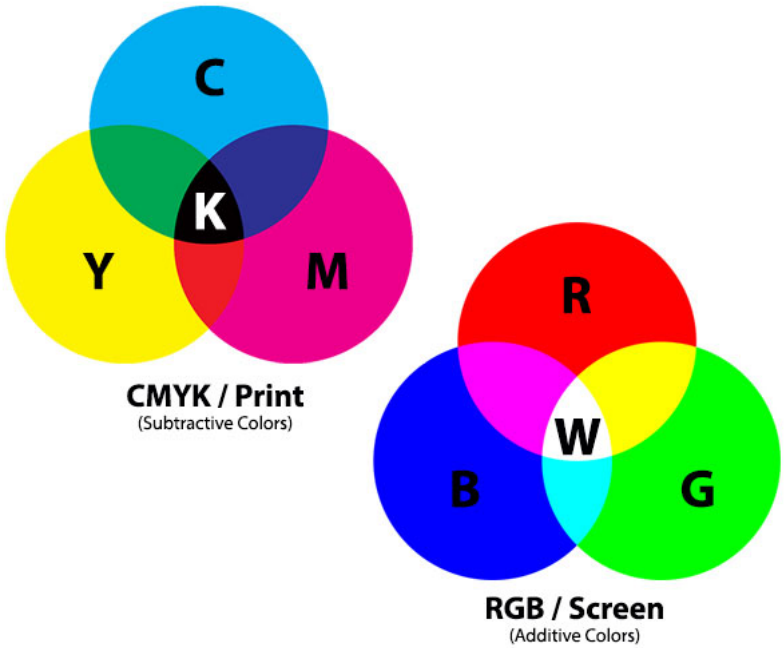
Kaynak: https://www.incehesap.com/blog/4k-cozunurluk-hakkinda-bilmeniz-gereken-4-gercek/ 2018

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

2.4.1.4. Görüntü Renk Modelleri

Renk kullanımı, uygulanacak mecraya ve yayınlanacak ortama göre değişiklik arz etmektedir. Rengi, pigment temelli renk (çıkarımsal renk) ve ışık temelli renk (toplamsal renk) olarak ikiye ayırabiliriz. CMYK (pigment temelli renkler) , masaüstü yayıncılıkta kullanılan ve ofset baskı teknolojisinin uygulanabileceği tüm tasarımlarda kullanılan renklerdir. Bu yüzden basılı dergilerde kullanılan renk modeli CMYK'dır. RGB olarak adlandırılan ışık temelli renkler ise ekranlar, dijital ortamlar, televizyon ve multimedya teknolojisine hizmet etmektedir. Dolayısıyla elektronik dergilerde kullanılan renk modeli RGB'dir (Resim 39).

Resim 39. CMYK ve RGB renk modelleri



Kaynak: https://www.decalimpressions.com/company-info/blog.html/article/2018/06/05/the-difference-between-cmyk-and-rgb-in-digital-printing#stq=&stp=0 / 2019

2.4.2. Etkileşimli Tasarımda Yer Alan Unsurlar

"Multimedya ürünlerinin hazırlanması: Metin yazımı, grafik tasarımı, sanat, eğitim psikolojisi, mühendislik bilimleri ve gerekli görülen değişik alanlardan uzman kişilerin ekip çalışması sonucunda meydana gelmektedir" (Önal, 1997:162). Çoklu ortam (multimedya) elemanlarının uygulandığı alanlardan biri de elektronik dergilerdir.

Görüntü, grafik, yazı, ses, video ve animasyon gibi çoklu ortam (multimedya) elemanlarının sayısal ortamda işlenmesiyle oluşan elektronik dergiler sayesinde pasif olan bir okur artık aktif bir kullanıcı haline gelmektedir. Bu özellikleri içinde barındıran ve iyi tasarlanmış bir e-dergi sayesinde okura daha işlevsel bir deneyim sunulmaktadır. Bu işlevsel deneyim için yayıncılara düşen görev ise yayında bulunan multimedya elemanlarının; okurun bilgi düzeyi, ihtiyaçları ve beklentileri dikkate alınarak doğru bir biçimde belirlenmesini sağlamak olmalıdır. Bu durum hem yayıncının başarılı sonuçlar elde edebilmesini hem de e-derginin benzerleri arasından ayırt edilebilmesini ve talep edilmesini sağlar. Farklı medya ortamlarında da görüntülenebilen etkileşimli e-dergilerin tasarımını; görsel unsurlar, sesli unsurlar ve hiperlink olarak üç farklı yapıda ele alabiliriz.

2.4.2.1. Görsel Unsurlar

Etkileşimli tasarımlarda da basılı dergilerde kullanılan statik görüntü biçimleri kullanılabilir. Ancak dosya boyutlarındaki artış indirme hızını etkileyeceği için PSD, TIFF vb. gibi sıkıştırılmamış, büyük boyutlu dosyalar ve ekran çözünürlüğünün üstündeki çözünürlükteki görseller tercih edilmezler. Elektronik dergilerde statik görüntülerin yanında bilgisayar teknolojilerinin imkan sağladığı hareketli, sesli, etkileşimli vb. unsurlar da kullanılabilir.

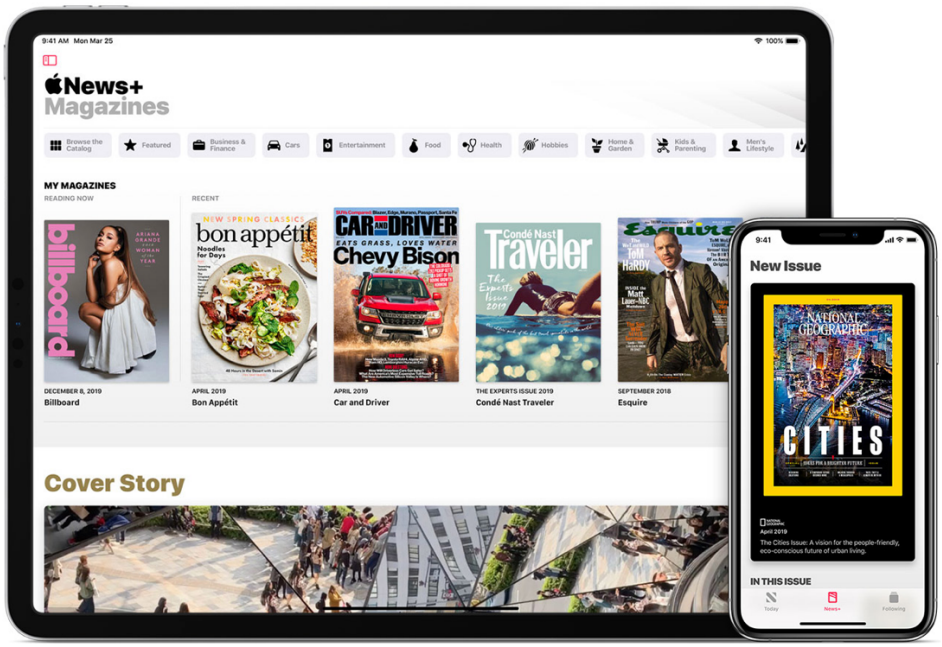
2.4.2.1.1. Hareketli Görüntü

Elektronik dergilerde, grafik, animasyon, video, gif gibi hareketli görüntüler, panoramik olarak sunulan görüntüler, slayt geçişleri, yakınlaştırma/uzaklaştırma ve kayabilen yazılar gibi çeşitli görsel unsurlar yer almaktadır.

Elektronik dergileri, basılı dergilerden ayıran en temel özellik farklı duyulara hitap etmesidir. Farklı duyulara hitap ederken grafik, animasyon ve video gibi unsurlarından yararlanılmaktadır. Bu unsurlar kimi zaman hareketli kapak sayfası olarak kullanılırken, kimi zaman sayfa içinde editöryal içeriği destekleyen hareketli görüntüler olarak ya da yayının içinde yer alan etkileşimli reklamlarla karşımıza çıkmaktadır. Hareketli görüntüler sayesinde dergi, statik görünümden çıkararak görsel bir etki oluşturur.

Hareketli görüntülere örnek olarak, Apple firmasının Nisan 2019'da piyasaya sunduğu e-gazete ve e-dergi platformu olan Apple News+ uygulamasında yer alan *Wired, National Geographic, The New Yorker* ve *Vogue* gibi alanında önemli e-dergilerin hareketli kapak tasarımları gösterilebilir (Resim 40). *National Geographic* dergi kapağında Sidney Harbor Köprüsü'nün panoramik fotoğrafı, *Essence* dergisi kapağında ise dizi oyuncusu Issa Rae'nin yüzünün sola döndüğü hareketli fotoğrafı (Resim 41) ve *Wired* dergisinin ise kapak görseli, dosya konusu ve sol tarafta kullandığı hareketli şeritler ile hareketli bir kapak görüntü oluşturulmuştur.

Resim 40. Apple News+ Uygulamasına ait görüntü



Kaynak: https://support.apple.com/en-us/HT209514/ 2019

Resim 41. Essence Dergisi (Nisan 2019) hareketli kapak görüntüsü



Kaynak: https://www.apple.com/newsroom/2019/03/apple-launches-apple-news-plus-an-immersive-magazine-and-news-reading-experience/ 2019

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

2.4.2.1.2. Slayt Geçişi (Slide Show)

Basılı dergilerde görsel kullanımı sayfa sayısını arttırırken, elektronik dergilerde görsellerin kullanımı, elektronik ortamlar için geliştirilen yazılımlar ve teknikler sayesinde, slayt geçişleri (slide show) kullanımı ile sayfada görüntü kalabalıklığına neden olmazlar. Buna göre elektronik dergilerde kullanılan iki çeşit slayt geçiş sistemi vardır. Bunlardan birincisi, görsellerin belli zaman aralıklarıyla değiştiği *otomatik slayt geçişi*, ikincisi ise kullanıcının/okurun dokunma ve sürükleme eylemiyle değişebilen ve yönlendirme grafikleriyle belirtilen *manuel slayt geçişleri*dir.

2.4.2.1.3. Panoramik Görüntü

Panoramik görüntüler, sistem olarak slayt geçişlerine benzer özelliklere sahiptir. Ancak slayt geçişlerinde her harekette farklı fotoğraflar görüntülenirken, panoramik görüntüde tek bir fotoğrafın farklı alanları görülebilmektedir. Ayrıca panoramik görüntüler, yakınlaşma/uzaklaşma hareketlerine de imkan sağlamaktadır Bu sayede

küçük ekranlarda büyük görsellerin görüntülenmesi sağlanır. Böylelikle sayfadaki hareketli bir görüntü okurun sayfaya ilgisini arttırabilmektedir.

2.4.2.1.4. Kaydırılabilir İçerik (Scrollable Content)

Kaydırma (scrolling), "bir bilgisayar ekranındaki içeriğin, sayfalandırılmış olsa bile, aşağı veya yukarı hareket etmesi için dikey bir ruloya sarılıymış gibi gösterildiği için kitaptan ziyade bir parşömen tomarına benzer şekilde okunması veya gözden geçirilmesi" eylemidir (Chandler ve Munday, 2018:232). Elektronik dergilerde de bu mantığa benzer bir sistemle kaydırılabilir içerik tasarlamak mümkündür. Oluşturulan belirli alanlar/pencereler içinde yatay ya da dikey parşömen tomarı mantığında kaydırılabilir içerik oluşturulabilir. Bu uygulamayla görsel, video, yazı gibi birçok tasarım unsurunu üretmek mümkündür. Ayrıca tasarım tercihine göre kaydırma çubuğu görünümü, eklenip çıkarılabilmektedir.

Derginin basılı edisyonunda birden çok fotoğraf ve içeriğin kullanımı, sayfa ve forma sayısının artmasına sebep olurken, elektronik dergilerde tasarlanan kaydırılabilir içerikler sayesinde birden çok fotoğraf ve içeriği maliyetsiz çözümlemek mümkündür.

2.4.2.1.5. Kaydırma - Yakınlaştırma/Uzaklaştırma (Pan & Zoom In/Out)

Elektronik yayıncılıkta fotoğraf, grafik ve illüstrasyon gibi görsellere kaydırma (pan) ve yakınlaştırma / uzaklaştırma (zoom in/out) gibi bazı kamera tekniklerini eklemek mümkündür. Sağa, sola, aşağı ve yukarı yönünde hareket etmek için kaydırma (pan) özelliği kullanılmaktadır. Tüm yayının ekran içinde yakınlaştırılması / uzaklaştırılması (zoom in/out) özelliği yazılım olmadan yapılabilecek bir özelliktir ancak belli bir pencere veya alan içindeki fotoğraf, grafik ya da illüstrasyonun yakınlaştırılma / uzaklaştırılma özelliği ise bazı özel yazılım teknolojisi desteği ile işlevsel hale gelmektedir.

2.4.2.1.6. Ekran Işık Ayarı (Gündüz Modu / Gece Modu)

Gündüz ve gece modu gibi ekran ışık ayarları genellikle yayın görüntüleyici cihaz özelliklerinde mevcuttur. Ancak etkileşimli dergilerde bu cihaz görüntüleyici

özelliğinin kullanılması istenilen durumlarda dergiyi tasarlarken bazı hususlara dikkat etmek gerekmektedir. Örneğin arka planı beyaz olan bir görselin etrafını; sinema, fotoğraf ve grafik tasarımda kullanılan dekupe tekniğiyle görselin arka planından kırpılmış ve ayrılmış biçimi uygulanmalıdır. Böylelikle okur gece modunu tercih etmesi durumumda koyulaşan ekranda, görsel etrafından kırpılıp ayrılmış beyaz zemini görmez ve görüntü kirliliğine sebep olmaz.

2.4.2.2. Sesli Unsurlar

Hareketli görüntünün bir parçası olan ses, elektronik dergilerin en önemli unsurlarındandır. Tüm elektronik ortamlarda karşılaştığımız ses unsuru, özellikle e-kitaplarda ve sesli kitap uygulamalarında ses unsurlarına çokça rastlanmaktadır.

Yusuf Keş (2009), 'Elektronik Yayıncılık ve Web Tasarım" adlı kitabında sesin önemini; "…bilginin ulaşımında ve kalıcılığında etkili olması" şeklinde vurgulamıştır (Aktaran: Keş, 2009:136). Buna göre bir yayında ses kullanımının, bilginin ulaşımı ve kalıcılığını yanında bilgiye/görüntüye inandırıcılık ve vurgu kattığını söyleyebiliriz.

Elektronik yayınların içinde yer alan hareketli görüntü veya bilgi iletiminde kullanılan ses unsuru ayrıca "dijital video efektler"* sayesinde sayfa çevirme sesi ve uyarı sesi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu uyarı ve sayfa çevirme seslerinin e-dergilerde bulunmasının avantajlarından biri ise geleneksel okuma alışkanlıklarına sahip okurların da ilgisini çekebilmesi ve basılı bir dergi okuma eylemini yaşatabilmesidir. Ayrıca okur bu uyarı ve sayfa çevirme seslerini medya içinde isteği doğrultusunda kapatabilmektedir. Genellikle tüm elektronik ortamlarda kullanılan WAV, MP3, AAC ve FLAC gibi birçok ses dosya formatları bulunmaktadır.

2.4.2.3. Hiperlink

1960'lar ve 1970'lerde Ted Nelson ve ve Douglas Engelbart'ın öncü çalışmaları sayesinde (Aydın, 1994:180) ve 1990'lı yıllarının ilk yıllarında İnternetin kullanıma açılmasıyla birlikte hiper metin ve hiper medya kavramı hayatımıza girmiştir.

* Dijital Video Efektleri: Resim içinde resim ve sayfa çevirme gibi resim manipülasyon efektleri ve gerçek-zamanlı geçiş yaratan bir çevrimiçi kurgu ünitesindeki ekipman (Chandler ve Munday, 2018: 94).

Hiperlink tanımı ise “hiper medyada (hipermedia), bir programın farklı kesimlerinde ya da bir ağ (network) içerisinde fiziksel olarak farklı yerlerde bulunan bilgi maddeleri arasında programlanmış bağlantı” şeklindedir (Cotton ve Oliver, 1997:98).

Bob Cotton ve Richard Oliver (1997), hiper metnin (hipertext) tanımını “bir metinden öbürüne çoklu geçişler sunan, ilişkili metin maddelerini birbirine bağlaması ya da bağlantılı çapraz göndermeler elde etmesi için kullanıcıya, doğrusal olmayan hiperbağları (hiperlink) “rastgele erişim” yöntemiyle izleme olanağı tanıyan program” şeklinde açıklamış ve şöyle devam etmiştir: “Kullanıcının genellikle normal metinden renkle ya da tipografik işlemle ayrılmış olan bilgi istemi üstünde fareyi tıklatarak çapraz göndermeleri izlemesini ya da sözcük tanımlarına erişmesini kolaylaştırır” (Cotton ve Oliver, 1997: 98).

Günümüzde hiper metin sadece geleneksel metin biçimi olarak değil; ses, resim, ya da görüntü dosyaları biçiminde de sunulmaktadır. Bu yüzden ses, görüntü ve metin gibi farklı dosya biçimlerinin bir arada kullanılması sebebiyle hiper metinler “hiper medya” olarak da adlandırılır (Asutay, 2009:68-70).

Şirin Karadeniz (2006), hiper metin ve hiper medya (hiper ortam) kavramlarının artık birlikte kullanıldığını şu şekilde aktarmıştır:

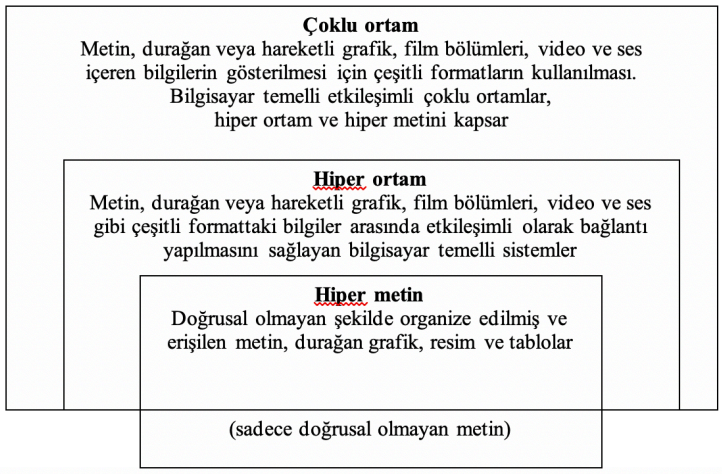
> “Bilgisayarın işletim sistemi ve türünden bağımsız olarak çalışan bir hiper metin sisteminin hayata geçirilmesi, HTML (Hypertext Markup Language) dilinin geliştirilmesi ile mümkün olmuştur. HTML dilinin sağladığı avantajlar ile 1990’lı yıllar, hiper metin sistemlerinin yaygınlaştığı, artık hiper ortam ve çoklu ortamların kullanılmaya başlandığı yıllar olmuştur. İşte bu yıllarda, teknolojinin gelişimine paralel olarak animasyon, ses ve video gibi araçların bu tür ortamlarda kullanılmaya başlanması ve birlikte hiper metine yüklenen tanımın değiştiği ve çoğu zaman hiper metin ve hiper ortam kavramlarının birbirinin yerine kullanıldığı görülmektedir” (Aktaran: Karadeniz, 2006:14).

Bu bilgiler ışığında *hiper metin*, *hiper ortam* ve *çoklu ortam* kavramlarını ve arasındaki benzerlik ve farklılıklarını şu sözlerle aktarmıştır:

> “Teknolojinin gelişimi, bilginin sadece metin değil farklı şekillerde de sunulabilmesini sağlamıştır. Bu açıdan bakıldığında hiper metinin genel kabul gören tanımı ise artık değişmiştir. Hiper metin; metin, durağan grafik, resim, çizim veya tabloları içeren düğüm ve bu düğümlerin birbirine bağlanmasını

sağlayan bağlantıların bir arada kullanılması ile bir alana ait bilgi yapısı ve bu yapıda yer alan ilişkilerin gösterilmesini sağlar. Hiper ortam ise metin ile birlikte diyagram, animasyon, ses ve video içeren ve aslında hiper metinin genişletilmiş hali olarak tanımlanmaktadır. Görüldüğü gibi hiper ortam, hiper metini de içine alan, geniş bir kavramdır…hiper metin ve ortam arasındaki en önemli farklılık; hiper ortamın aynı zamanda video veya ses gibi "hareketli" ortamlar içerebilmesidir. Çoklu ortam ise bilgisayar ortamını da içine alan ve ses, video, animasyon vb. farklı ortamların aynı anda işe koşulması sürecini gösteren, hiper metin ve hiper ortamı da kapsayan daha genel bir kavramdır" (Karadeniz, 2006:15) (Resim 42).

Resim 42. Hiper Metin, Hiper Ortam ve Çoklu Ortam Arasındaki İlişki



Kaynak: (Karadeniz, 2006:16)

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

Elektronik yayınların tümünde fotoğraf, yazı ve grafik gibi bilgi aktarımı sağlayacak tüm unsurlara bağlantı eklenebilmektedir. Böylelikle e-posta, web adresi ya da sosyal medya hesaplarına bağlantılar sağlanabilir. Okur, internete bağlı kaldığı sürece bu linklere ulaşabilmektedir. Tüm bu hususlar e-dergiler için de geçerlidir. Basılı dergilerdeki yer alan ve sayfa sayılarının el verdiği kadar görsel ve içeriğin bulunmasının okurda oluşturduğu sınırlılıklarına karşın e-dergilerde yer alan hiper metinler ve fotoğraf, ses, video, animasyon gibi çoklu ortam elemanları sayesinde okurun sınırlılıkları ortadan kalkmıştır. Okur dergi içeriğindeki konu hakkında hiper linkler sayesinde başka referanslara yönlendirilerek ayrıntılı bilgilere saniyeler içinde ulaşabilmektedir. Hiper metinler sayesinde okur, dergi editörü ya da yazarı ile elektronik haberleşme (e-posta) yoluyla iletişime geçebilir, içerikleri kendi sosyal

ağlarıyla ve sosyal medya hesapları vasıtasıyla çevresiyle paylaşabilir; dergi içinde yer alan reklamlara yerleştirilen hiperlinkle reklam ürününün olduğu siteye doğrudan ulaşabilir. Hiperlinklerin en büyük avantaji ise yayın içinde yer alan reklamlar üzerindeki linkler sayesinde hizmet veya ürün satın alma imkanı sağlamasıdır. Birçok basılı dergiler aylık olarak basılırken ve tekrar değişiklik şansı olmazken, e-dergilerde yer alan reklamların süreli kampanyalarını eklemek mümkündür. Bu sayede e-dergiler, reklamverenler için de avantajlı bir mecraya dönüşmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: BASILI VE ELEKTRONİK DERGİLERİN GÖRSEL KİMLİK DEVAMLILIĞININ KARŞILAŞTIRILMASI

Araştırmanın bu bölümünde dergilerin basılı ve elektronik edisyonlarının görsel kimlik tutarlılığı; logo, sayfa yapısı, tipografik kararları, renk ve görsel kullanımı gibi tasarım ögeleri açısından karşılaştırmalı olarak incelenecektir. Etkileşimli elektronik edisyonu bulunan, farklı içerik ve konudaki dergiler arasından, en çok satış rakamına sahip altı adet dergi seçilmiştir.

İnceleme yapılan dergiler;

1. National Geographic Türkiye (Gezi)
2. Skylife (Havayolu)
3. Harvard Business Review Türkiye (İş/Finans)
4. Log (Teknoloji)
5. Wired Magazine (Teknoloji)

3.1. NATIONAL GEOGRAPHIC

1888 yılında yayın hayatına başlayan *National Geographic,* coğrafya, arkeoloji, antropoloji, çevre ve keşif gibi konu içeriklerine sahip bir Amerikan dergisidir (www.britannica.com). İngilizce dışında ilk kez 1995 yılında Japonca olarak yayınlanmaya başlamış, günümüzde 32 yerel edisyonu bulunmaktadır. Bu yerel edisyonlar, Amerika edisyonu ile aynı makale ve konu içeriklerine sahipken kapak konusu ya da kapak fotoğrafı değişkenlik gösterebilmektedir (Şener, 2013:333-334). Her ay 30 milyondan fazla okura ulaşan *National Geographic* dergisinin sanat yönetmenliğini Emmet Smith yürütmektedir (www.semipermanent.com). *National Geographic Türkiye* ise Nisan 2001 yılında yayın hayatına başlamış (www.ntv.com.tr, 2016), derginin genel yayın yönetmenliğini Hasibe Bat, görsel yönetmenliğini ise Hüseyin Takmaz yürütmektedir. *National Geographic Türkiye* dergisinin interaktif elektronik edisyonunun mobil uygulaması bulunurken, PDF şekli ise Turkcell Dergilik Platformunda yer almaktadır. *National Geographic* ABD edisyonu, Nisan 2019 tarihinden itibaren hareketli kapak görselleriyle Apple News+ gazete ve dergi uygulamasıyla okurlarına ulaşmaya başlamıştır.

Resim 43. ***National Geographic Türkiye*** **(Nisan 2019) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonlarına ait kapak görüntüleri**



Logo, Kapak ve Biçim Kullanımı: 2019 Nisan sayısına ait *National Geographic Türkiye* dergisi her iki edisyonunda da boyut olarak birbirine yakın bir oranla kullanılmış ancak elektronik edisyon mobil ekrana göre genişlik olarak biraz daha dar bir kullanım tercih gidilmiştir (Resim 43). Kapakta kullanılan logo, derginin ay ve yılına ait bilgi, ana dosya konusu, kapak görseli hem konum olarak hem de boyut olarak aynı şekilde tasarlanmıştır. Sadece basılı edisyonda satış için kullanılan barkod, sol alt tarafta kullanılmıştır. Bu yüzden diğer konu başlıkları ve web adresi barkod kullanımından dolayı dosya konu başlığına göre sola dayalı blok sistemiyle hizalanmıştır. Derginin Türkiye elektronik edisyonunda hareketli kapak kullanılmamışken Amerika elektronik edisyonunda Apple News+ uygulamasıyla kapaktaki Sidney Harbor Köprüsü'nün panoramik fotoğrafı ile hareketli bir görsel etki oluşturulmuştur. Derginin logo kullanımı her sayıda kullanılan görsele göre negatif ve pozitif olarak tercih edilmektedir. Nisan 2019 sayısının iki dergi edisyonunda, görsel dikkate alınmış ve logo negatif olarak kullanılarak okunması kolaylaştırılmıştır. Dünya genelinde *National Geographic* dergisinin yıllardan beri süre gelen belki de en önemli görsel kimlik unsuru olan sarı renk çerçeve kullanımı, her iki edisyona da aktarılmıştır. Sonuç olarak her iki dergi edisyonunun kapak tasarımlarına bakıldığında basılı ve elektronik arasında görsel kimlik açısından tutarlılığın tam olarak sağlandığı görülmektedir.

Sayfa Yapısı: *National Geographic Türkiye* dergisi basılı edisyonunun sayfa yapısı dörtlü grid sistemi ile tasarlanmış, bu dörtlü grid sistemi kimi sayfalarda iki ana sütun kimi yerlerde ise bir ana bir yavru sütun şeklinde kullanılmıştır. dörtlü (bir ana ve bir yavru sütun) grid sistemindeki yavru sütün, daha çok görsele ait bilgilendirmeler için kullanılmıştır. Elektronik edisyonunda ise dörtlü grid sisteminin yerine tek sütunlu akışkan bir sayfa tasarımına dönüştürülmüştür. Basılı versiyonda görsele ait bilgilendirmeler için ayrılan yavru sütun, elektronik versiyonda kaldırılmış ve görselin hemen altında yer almıştır (Resim 44).

Resim 44. *National Geographic Türkiye* (Nisan 2019) basılı edisyonu (üst) ve elektronik edisyonu (alt) sayfa yapısına ait görüntüler



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

düzenleme biçimi dışında tutulmuştur. *Foto Haber, Yarına Doğru ve Keşfet* bölüm başlıkları, basılı edisyonda sayfanın üst kısmında siyah/beyaz şeritle konudan ayrılmış ve aynı sayfada konumlandırılarak tasarlanmıştır. Elektronik edisyonda ise bölüm başlıkları ayrı bir seperatör olarak orta merkezli bir düzenleme sistemiyle tasarlanmış, siyah şerit kullanımı ise aynı biçimde aktarılarak bir tasarım devamlılığı sağlanmıştır (Resim 45).

Resim 45. ***National Geographic Türkiye*** **(Nisan 2019) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonu sayfa bilgilendirme yapısı**



Görsel kullanımı basılı versiyonda bazı sayfalarda tam sayfa şeklinde kullanılmıştır. Elektronik edisyonda ise bazı görseller sayfaya sağ ve soldan tam hizalı olarak yerleştirilirken, büyük olarak görülmesi istenen grafik, illüstrasyon ya da

fotoğraflar, yakınlaştırma/uzaklaştırma (pan/zoom in-out) ve manuel slayt geçişleri biçiminde sunulmuştur (Resim 46).

Resim 46. *National Geographic Türkiye* (Nisan 2019) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonu görsel kullanımı



Renk Kullanımı: Derginin kapağındaki zemin rengi kullanımı, her iki edisyonda da ortada bulunan görsele çerçeve olacak şekilde sarı ile konumlandırılmıştır. Sarı renk, *National Geographic* dergisinin yıllardır kurumsal rengi olduğu için tüm sayılarında kullanılmıştır**.**

National Geographic Türkiye dergisinin editöryal içeriği; *Foto Haber, Yarına Doğru ve Keşfet* bölüm başlıkları ile üç bölüme ayrılmıştır. Her iki edisyonda da bölüm başlıkları gri renkle ayrılmış ve dergi içinde bu bölümlerin sayfaları gri zemin rengi

üzerinde tasarlanmıştır. Bu sayede editöyal içeriğin ayrışması sağlanmıştır. Basılı edisyonda gri zemin rengi, kimi yerde kapaktaki kullanım gibi sayfaya çerçeve olacak bir biçimde kullanılırken, bazı sayfalarda ise metin alanına zemin oluşturacak bir biçimde aktarılmıştır. Elektronik edisyonda ise bölüm başlıklarının olduğu sayfalar dışında gri zemin rengi bazı sayfalarda bulunurken bazı sayfalarda gri renk kullanımı görülmemektedir. Derginin o aya ait özel dosya konusunda her iki edisyonunda da temel görsel kimlik ögesi olan sarı renginin, zemin ya da lokal kullanımı söz konusudur. Sadece elektronik edisyonda olan ve bütün makalelerin sonlarında kimlik ögesi sarı rengin şerit halinde kullanıldığı görülmektedir. Bu sarı şerit kullanımının okur için bir belirteç görevi üstlendiğini söylemek mümkündür, bunun nedeni ise şerit üzerinde yukarıyı gösteren siyah renkli ok yönlendirmesi olmasıdır (Resim 47). Görsel kullanımların dışında, iki edisyonda da yazıların genellikle siyah renk kullanımı hakimken, dosya konusunun yer aldığı bazı sayfalarda yer alan yazılarda siyah zemin üzerine beyaz yazı şeklinde renk kullanımının olduğu görülmektedir. Renk kullanımı yönünden basılı ve elektronik edisyonlar belirli seviyede tutarlı sayılabilir.

Resim 47. *National Geographic (Türkiye* Nisan 2019) basılı (sol) ve elektronik (orta-sağ) edisyonu renk kullanımı



Tipografik Kararlar: Her iki edisyonda, başlık ve içerikte aynı tırnaklı yazı karakteri, içerikte vurgu yapılması istenilen cümle veya kelimelerde is tırnaksız yazı karakterinin kalın değeri kullanılmıştır. İçeriğin bazı alt başlıklarında, sayfanın üstünde yer alan ana bölüm bilgilerinde, yazara ait bilgilerde, makalenin alındığı

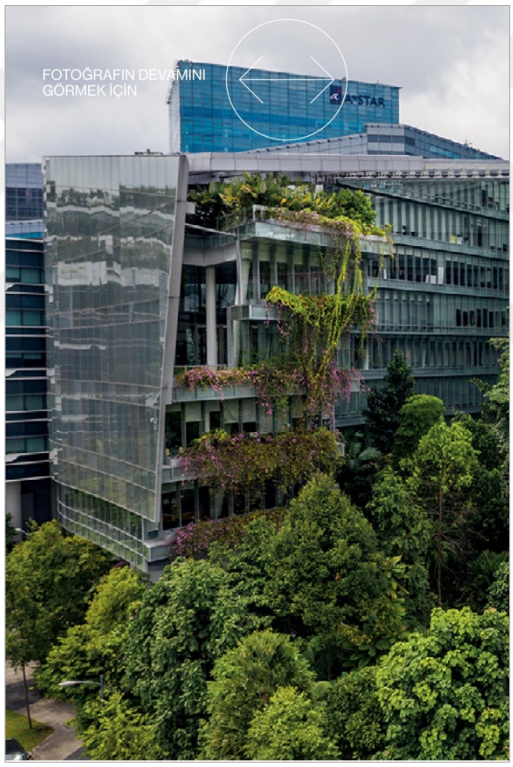
referans bilgilerinde ve resim altı bilgilerinde ise tırnaksız yazı karakteri ve yazı karakteri ailesinin kalın ve orta üyeleri kullanılmış; bu tasarım tutumu iki edisyona da tam olarak yansıtılmıştır. Kullanılan her iki yazı karakteri ailesinin kalın ve orta üyeleri de iki edisyona tutarlı bir şekilde aktarılmıştır. Basılı ve elektronik edisyonda da metin başlarında sayfa boyutuna oranla büyük olarak tasarlanan insiyal kullanımı görülmektedir. Metin hizalamaları ise basılı edisyonda iki taraftan blok, elektronik edisyonda ise metin hizalamaları soldan blok şeklinde hizalanmıştır (Resim 48).

Resim 48. ***National Geographic Türkiye*** **(Nisan 2019) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonu tipografi kullanımı**



Etkileşim - Dolaşım - İşlev: *National Geographic Türkiye* dergisinin 2019 Nisan sayısı elektronik edisyonunda ise görseller farklı biçimlerde görüntülenmektedir. *Foto Haber* bölüm başlığında yer alan ve basılı edisyonunda altı sayfada tam sayfa olarak yayınlanan fotoğraflar, elektronik edisyonda okuru nasıl dolaşması gerektiğini belirten oklar ve bilgilendirme yazıları sayesinde okurun dokunma eylemiyle gerçekleştirdiği *panoramik görüntü* biçiminde kullanılmıştır. Bu panoramik görüntü kullanımı derginin diğer bazı sayfalarında da görülmektedir (Resim 49).

Resim 49. *National Geographic Türkiye* (Nisan 2019) elektronik edisyonu panoramik görsel kullanım



Keşfet bölümünde ise basılı edisyonda birden fazla sayfada kullanılan grafik, elektronik edisyonda oklar ve bilgilendirme yazıları ile *yakınlaştırma/uzaklaştırma* (pan/zoom in-out) özelliği ile aynı sayfada tasarlanmıştır. Bazı sayfalarda ise görsellerde manuel *slayt geçişleri* görülmektedir (Resim 50). Editör ve forum sayfasında, okurun ulaşabileceği mail adresleri ve derginin sonunda yer alan bölümde ise okurların fotoğraf karelerini yayınlanması için *bağlantı* adresi yer almaktadır.

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

Resim 50. *National Geographic Türkiye* (Nisan 2019) elektronik edisyonu görsel kullanımı





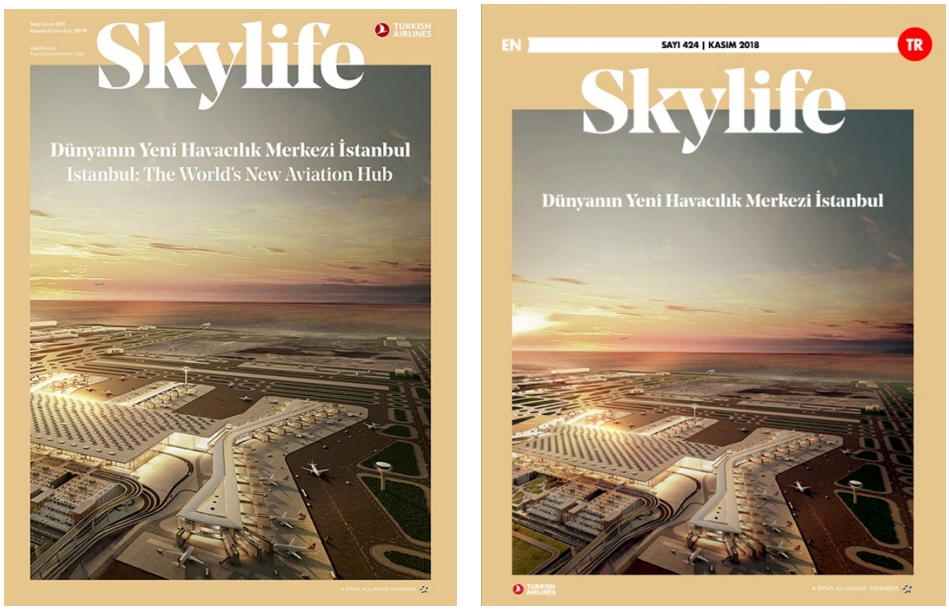


3.2. SKYLIFE

1983 yılında Türk Hava Yolları *THY Magazine* adıyla aylık uçuş dergisini yayınlamaya başlamış, 1989 yılında *Skylife* adını alarak yayın hayatına devam etmiştir (Kazan, 2013:305). *Skylife* dergisi Murat Helvacı ve Serkan Şahin tarafından tasarlanmaktadır. Zaman içerisinde çeşitli tasarım değişiklikleri ile günümüzdeki halini almıştır. Aylık olarak yayınlanan; basılı edisyonunun dışında elektronik edisyonu da bulunan; Türk Hava Yolları'nın uçak içi yayını ve ücretsiz yayınlanan *Skylife*; bilgisayar, tablet, akıllı telefonlar tarafından ücretsiz olarak görüntülenebilmektedir. Derginin iPad versiyonu ilk olarak Ağustos 2011 sayısıyla zenginleşmiş içerik ve çoklu ortam ögeleri ile okurlarıyla buluşmuş, yayınlandığı ilk ay itibariyle 8 bin kişi tarafından indirilmiştir (www.haberler.com,2011; www.skylife.com, 2012).

Logo, Kapak ve Biçim Kullanımı: 2018 Kasım sayısına ait *Skylife* dergi kapakları solda basılı edisyonu sağ tarafta ise elektronik edisyonu yer almaktadır (Resim 51). Dergilerin her iki edisyonunda da boyut olarak birbirine yakın bir ölçü kullanılmıştır.

Resim 51. *Skylife* (Kasım 2018) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonlarına ait kapak görüntüleri



Logo ise basılı edisyonda sayfanın en üstünde ve merkezde yer alırken elektronik versiyonda yayın sayısının ve yılının yer aldığı şeridin hemen altında konumlandığı görülmektedir. Logo rengi, her iki dergi edisyonunda fotoğraf ve zemin rengi dikkate alınarak negatif bir kullanımla zemin ve fotoğrafın önüne çıkması sağlanmıştır. Derginin her iki edisyonunda da dosya konu başlığı logonun hemen altında ve merkezde aynı tırnaklı yazı karakteriyle ve *A Star Alliance Member* logosu sol altta yer alırken, *Turkish Airlines* logosu ve yayın sayısı gibi diğer yardımcı elemanlar her ikisinde de farklı yerde bulunmaktadır. Bu yardımcı elemanların farklı yerde bulunmasının nedeni ise derginin Türkçe ve İngilizce olarak iki dilde tasarlanmış olmasıdır. Basılı edisyonda yazı karakteri ailesinin *bold/semibold* kullanımı imkanlarından yararlanılarak iki dil aynı sayfa tasarımında çözümlenmiş ancak elektronik edisyonunda ise çift dil sorununu üst kısımda yer alan TR ve EN butonlarıyla ve okura dil seçeneği imkanı sunarak çözümlemiştir. Butonlar; TR dili kırmızı daire içinde negatif şekilde, EN dili ise gözün tamamlayabileceği daire şeklinde ve pozitif olarak tasarlanmıştır (Resim 52).

Resim 52. *Skylife* (Kasım 2018) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonlarına ait kapak çözümlemesi



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

fotoğraf altı bilgilendirme için ayrılan yavru sütun, elektronik versiyonda kaldırılmış ve bilgilendirme, fotoğrafın hemen altında yer almıştır (Resim 53).

Resim 53. *Skylife* (Kasım 2018) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonlarının sayfa yapısına ait görüntüler



Basılı edisyonda okurun hangi editöryal içerikte olduğunu belirten bilgilendirme yazısı çift dilde, sayfanın en üstünde ve orta merkezinde yer alırken, elektronikte hiçbir şekilde yer almadığı görülmektedir (Resim 54).

Resim 54. *Skylife* (Kasım 2018) basılı edisyonu sayfa bilgilendirmesi



Elektronik edisyonda kapağın üst kısmındaki dil tercihlerinin yer aldığı şerit, derginin tüm iç sayfalarına taşınarak kendi içinde bir tasarım devamlılığı oluşturulmuştur. Konu giriş sayfasında ise konu başlığı, iki edisyonda yakın yerlerde konumlanmış, görsellerin geneli aynı oranda kullanılırken elektronik edisyonda bazı görseller hareketli görüntü biçiminde kullanılmıştır (Resim 55). Ayrıca elektronik

edisyonun bazı seperatör sayfalarında görseller, hareketli görüntü biçiminde sunulmuştur. Bu sayede basılı edisyondaki görsel karışıklık, elektronik edisyondaki hareketli görüntü sayesinde önlenmiştir.

Resim 55. *Skylife* (Kasım 2018) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyon konu giriş sayfası görüntüleri



Basılı versiyonda iki kişiye ait röportajlar; ayrı sayfalarda, 3'lü ve 2'li grid sistemiyle yer alırken, elektronik versiyonda ise butonlar sayesinde aynı sayfada ve 2'li grid sistemi ile çözümlenmiştir. Butonlara dokunulduğunda röportajı yapılan kişinin fotoğrafı ve röportaj içeriğinin aynı anda değiştiği görülmektedir (Resim 56). İki edisyonun sayfa yapılarına bakıldığında basılı ve elektronik arasında görsel kimlik açısından tam bir tutarlılık sağlanmadığı ancak elektronik edisyonda çift dil kullanımından kaynaklanan görsel karmaşanın e-yayın teknolojileri sayesinde giderildiği görülmektedir.

Resim 56. *Skylife* (Kasım 2018) basılı ve elektronik edisyon röportaj sayfa tasarımı ve buton kullanımına ait görüntüler



Renk Kullanımı: Derginin kapak zemin renk kullanımı, her iki edisyonda da ortada bulunan görsele çerçeve olacak şekilde konumlandırılmış ve zemin renginde, görselin içinde barındırdığı renklere uyumlu tonlar seçilmiştir. Bu tasarım tercihi derginin her sayısında farklı renklerde kullanılmıştır; farklı zemin rengi kullanımı ise dergi sayıları arasında farklılığı ve ayrışmayı sağlamaktadır (Resim 57). Ayrıca Kasım 2019 *Skylife* dergisinin elektronik edisyonunun kapağı temel video efektleri (yakınlaştırma (pan/zoom in) ve panoramik görüntü) imkanlarından yararlanılarak hareketli görüntü şeklinde tasarlanmıştır. 29 Ekim 2018 yılında açılışı yapılan İstanbul

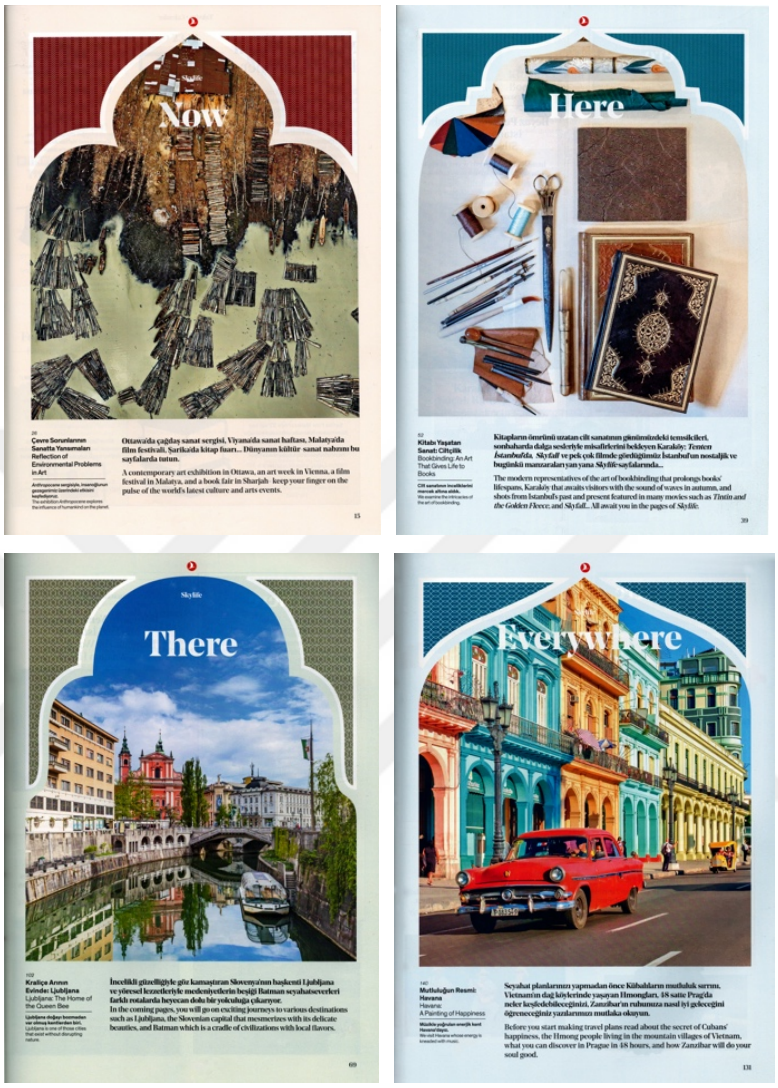
Havalimanı'na ait fotoğrafının sağ yöne doğru kayan panoramik görüntüsü ile oluşturulan hareketli kapak, görsel bir etki oluşturarak okura ilginç bir deneyim sunulmuştur.

Resim 57. *Skylife* (Mayıs 2018) (sol) ve *Skylife* (Ağustos 2018) (sağ) basılı edisyonlarına ait kapak görüntüleri



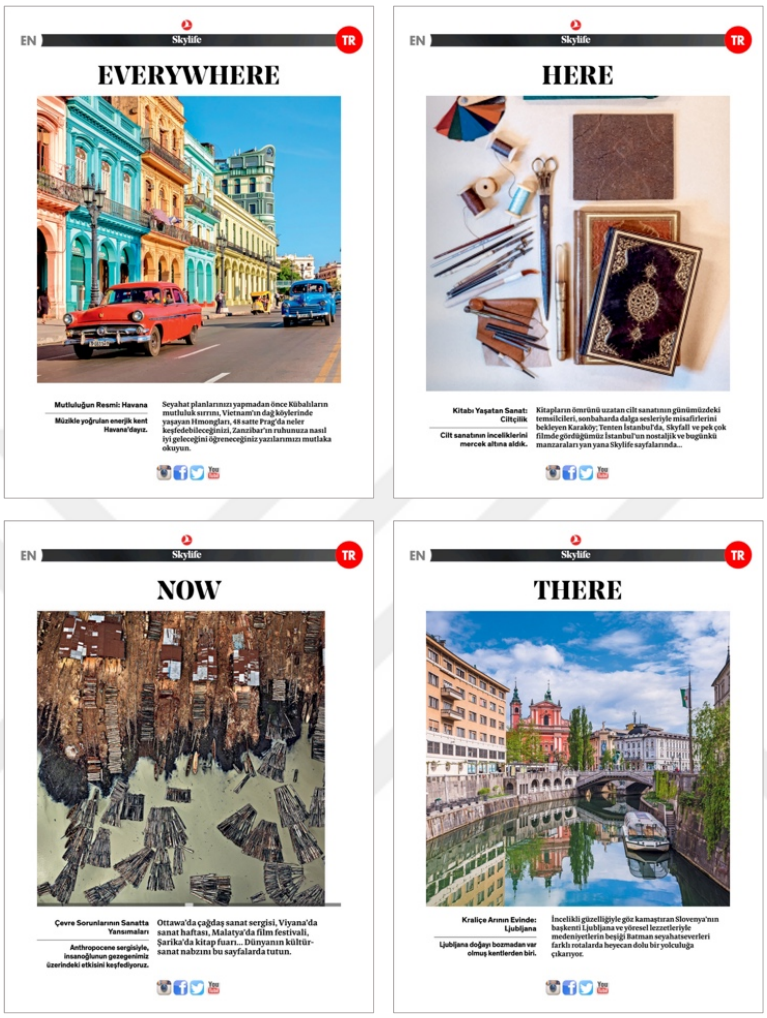
Skylife dergisinin her iki edisyonunun editöryal içeriği; *Now, Here, There, Everywhere* bölüm başlıkları altında dört ana bölümden oluşturulmuştur. Bölüm başlık içerikleri ise *Now*; kültür, sanat etkinlikleri ve Osmanlı lezzetleri, *Here*; İstanbul, *There*; tarih, sanat ve kültür, *Everywhere*; gezi ve coğrafya şeklinde belirlenmiştir. Basılı edisyonda; *Now* bölümü (bordo rengi), *Here* bölümü (yeşil), *There* bölümü (kahve rengi), *Everywhere* bölümü (turkuaz rengi) içindekiler sayfasında belirtilmiş ve belli renk kodlarıyla ayrılmıştır. Dergi içinde bu bölümlerin seperatör sayfaları oluşturulup bölüme ait renk kodları aktarılmıştır. Bu sayede editöyal içeriğin ayrışması sağlanmıştır (Resim 58). Ancak iç sayfalarda ise bölüm renkleri kimlik ögesi olarak devam ettirilmemiştir.

Resim 58. *Skylife* (Kasım 2018) basılı edisyonunun Now, Here, There, Everywhere bölümlerine ait seperatör görüntüleri



Elektronik edisyonunda ise bölümleri içeren sayfalarda renk kullanılmamış, bunun yerine bölüm sayfasında; orta merkezli ana görselin hareketli görüntüsü kullanılarak okurun ilgisi çekilmeye çalışılmıştır (Resim 60). Elektronik edisyondaki hareketli fotoğraf kullanımını içeren bu tasarım tutumu ile editöryal içerik ayrıştırılmak istenmiş olduğu söylenebilir. Ancak basılı edisyonda bölümleri ifade eden bu renkler, elektronik edisyona aktarılmamış ve renk açısından görsel kimlik geçişi sağlanmamıştır.

Resim 60. *Skylife* (Kasım 2018) elektronik edisyonunun Now, Here, There, Everywhere bölümlerine ait seperatör görüntüleri



Renk kullanımı yönünden basılı ve elektronik edisyonlar çok tutarlı sayılmaz ancak iç sayfaların, fotoğraf haricinde yazı karakteri ve genel sayfa tasarımında siyah kullanımının hakim olması bir başka deyişle renk kullanılmamış olması ile iki edisyonda da renk kullanımı açısından tutarlılık bulunmaktadır.

Tipografik Kararlar: Derginin basılı edisyonunda İngilizce-Türkçe çift dil kullanımı görülmektedir. Elektronik edisyonunda çift dil kullanımına gerek duyulmamış bunun yerine EN ve TR butonları kullanılmıştır (Resim 61).

Resim 61. *Skylife* (Kasım 2018) elektronik edisyonu buton kullanımı



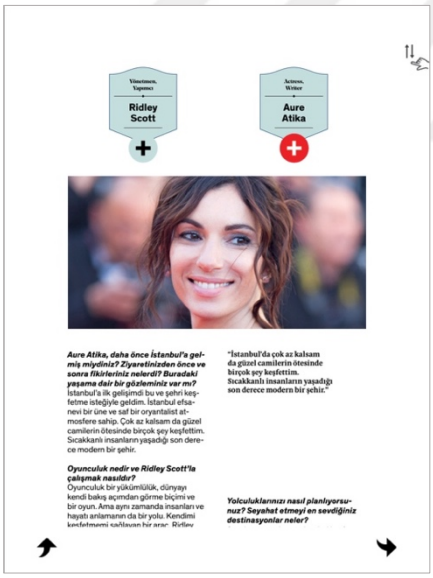
Genellikle çift dil gerektiren tasarımlarda sayfa ve alan kullanımı, kimi durumlarda karışıklığa ve kalabalıklığa sebep olmaktadır. Bu karışıklığı gidermek için grafik tasarımcılar, aynı font ailesinin farklı üyelerini (ince-kalın, tırnaklı-tırnaksız, normal-italik, vb.) kullanarak bu problemi çözmeye çalışmaktadır.

Skylife dergisinin elektronik edisyonunda bu durum buton kullanımıyla çözümlenerek sayfa alanı daha sadeleşmiş ve göze yormayan bir tasarım ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu kullanım biçimini, birden fazla dil seçeneği olan dergi tasarımlarında, sayfa tasarımı ve maliyet açısından bakıldığında elektronik dergilerin bir avantajı olarak görmek mümkündür.

Her iki edisyonda, başlık ve içerikte aynı tırnaklı, içeriğin röportaj kısmında ise aynı tırnaksız yazı karakteri kullanılmıştır. Elektronik edisyonda röportaj kısmında sorular kalın, cevaplarda ise ince yazı karakteri kullanılmış ve açık/okunaklı bir metin görüntüsü oluşturulmuş, basılı edisyonda ise Türkçe ve İngilizce dilleri ayırt edilse de soru-cevap kısımlar; sorular ve cevaplar yeterince ayırt edilememektedir (Resim 62.).

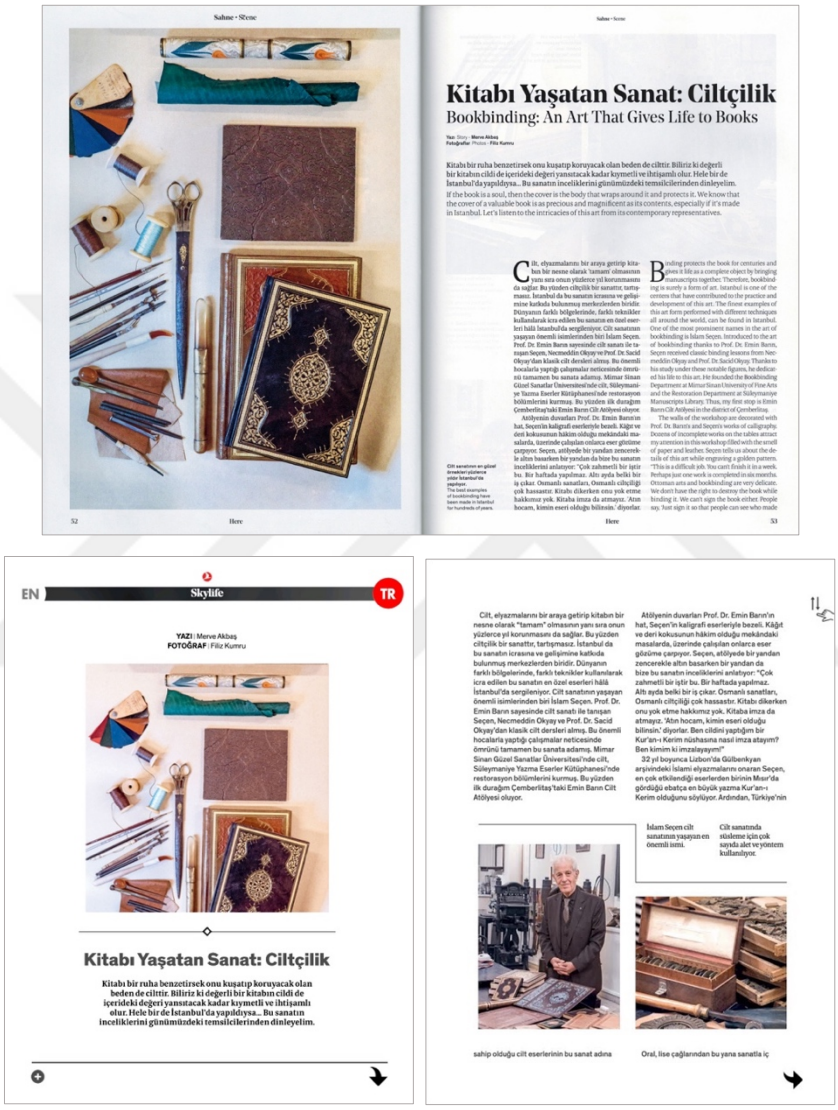
Resim 62. *Skylife* (Kasım 2018) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonu yazı karakteri kullanımı





Basılı edisyonda metin başlarında insiyal kullanımı görülürken edisyona bu kullanım aktarılmamıştır. Metinler hizalamaları ise basılı edisyonda iki taraftan blok, elektronik edisyonda ise metinler soldan blok şeklinde hizalanmıştır (Resim 64).

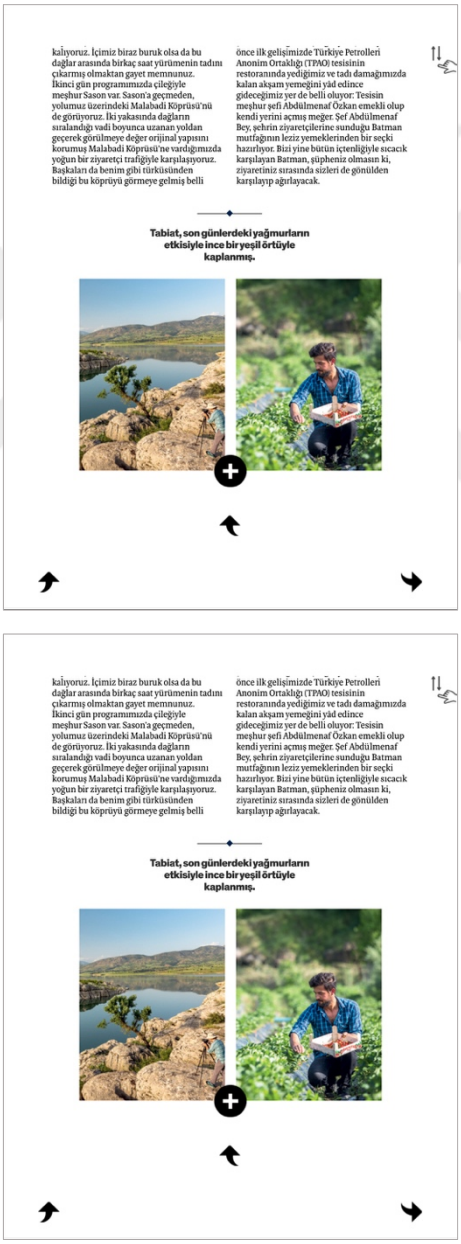
Resim 64. *Skylife* (Kasım 2018) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonları insiyal kullanımı



Tüm bu durumlar göz önünde bulundurulduğunda basılı ve elektronik arasında büyük oranda bir tutarlılık olduğu söylenebilir ancak TR ve EN kullanımı açısından farklılıkları bulunmaktadır.

Etkileşim - Dolaşım - İşlev: *Skylife* dergisinin 2018 Kasım sayısının elektronik edisyonunda görseller farklı biçimlerde görüntülenmektedir. Okuru sayfa içi ve sayfalar arası yönlendiren, oklar ve bazı sayfalarda yer alan aşağı yukarı hareketi gösteren küçük el ikonları yer almaktadır. Ayrıca ana bölüm sayfalarında sol üstte yer alan EN ve TR butonlarıyla *dil seçimi* ve sol altta yer alan artı şeklindeki aktif buton sayesinde derginin sosyal medya hesapları yer almaktadır (Resim 65).

Resim 65. *Skylife* (Kasım 2018) elektronik edisyonu yönlendirme kullanımı



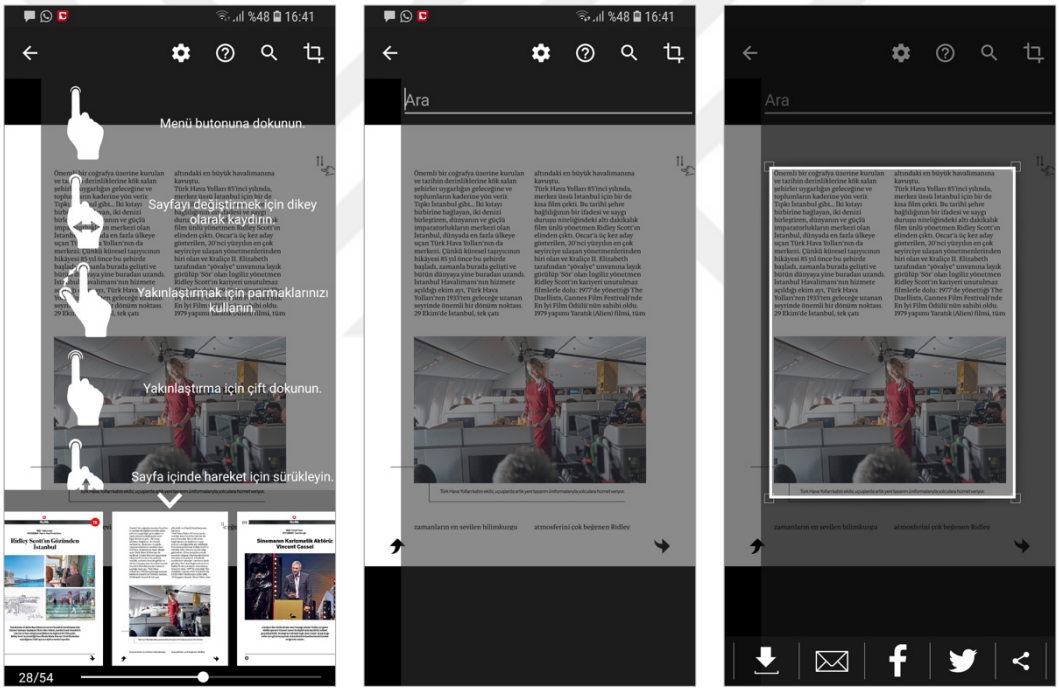
Gezi sayfalarında konu edilen şehir veya ülkeye ait fotoğraf kenarlarında kırmızı renkli aktif butonlar bulunmaktadır. Bu butonlara dokunulduğunda Türk Hava Yollarına ait sefer bilgileri yer almaktadır (Resim 66).

Resim 66. *Skylife* (Kasım 2018) elektronik edisyonu bilgilendirme butonu kullanımı



Ana bölüm sayfalarında genellikle hareketli görüntü kullanılmış, basılı edisyonda birkaç sayfada yer alan bazı büyük görselleri manuel slayt geçişi şeklinde tasarlanmıştır. Derginin ekrana dokunulduğunda çıkan üst menüsünde ise *arama, ayarlar*, *ekran görüntüsü seçme* özelliklerinin yanında ayrıca dergi içi dolaşımı gösteren *piktogramlar* ve açıklamalarının yer aldığı özellikler de bulunmaktadır. Büyüyüp küçülebilen *ekran görüntüsü seçme* özelliği ile ekranın altında çıkan okura ait e-posta gönderme, sosyal medya hesaplarında paylaşma ve kaydetme menüleri yer almaktadır. Dergide ses, müzik ve video gibi etkileşim unsurları yer almamaktadır (Resim 67).

Resim 67. *Skylife* (Kasım 2018) elektronik edisyonu bilgilendirme butonu kullanımı

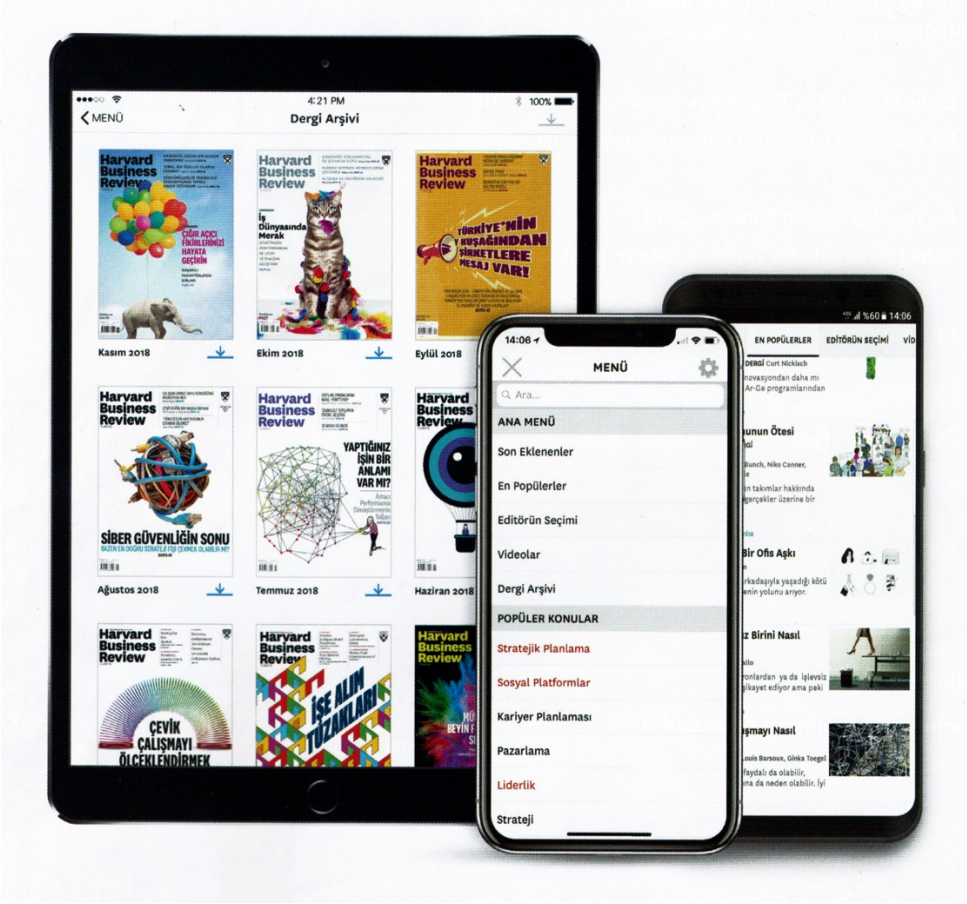


3.3. HARVARD BUSINESS REVIEW TÜRKİYE

1922 yılında yayın hayatına başlayan *Harvard Business Review* dergisi, Harvard Üniversitesi ortaklığı olan Harvard Business Publishing tarafından yayınlanan iş, finans ve yönetim dergisidir. *Harvard Business Review Türkiye* ise Ekim 2012 yılında *Harvard Business Review'*in 11. yerel edisyonu olarak yayın hayatına başlamıştır. Derginin hedef kitlesi ise iş insanları, üst düzey yöneticiler, girişimciler, işletmeciler ve akademisyenlerdir (www.hbrturkiye.com; www.hbr.org).

2012 yılında ilk iPad uygulaması ile elektronik edisyonu yayınlan *Harvard Business Review Türkiye*, dünya genelinde bir tasarım değişikliğine giderek HTML web tabanlı çevrimiçi yayınını web, tablet ve akıllı telefon uygulamalarıyla okurlara sunmaktadır (Resim 68).

Resim 68. *Harvard Business Review Türkiye* (Mayıs 2019) tablet ve akıllı telefon uygulama görüntüsü



Kaynak: (Turan, 2019:8)

Logo, Kapak ve Biçim Kullanımı: Mayıs 2019 sayısına ait *Harvard Business Review Türkiye* dergi kapakları elektronik edisyonu ise basılı edisyonun bire bir aynı biçimde kullanılmıştır (Resim 69). Bu yüzden kapakta kullanılan logo, ay ve yılına ait bilgi, ana dosya konusu, kapak görseli hem konum olarak hem de boyut olarak iki edisyonda da aynı biçimdedir.

Derginin logotype kullanımı ise her sayıda kullanılan görsele göre negatif, pozitif ve renkli biçimde tasarlanmıştır. Mayıs 2019 sayısının kapağında logotype, kırmızı renk kullanımı söz konusudur.

Resim 69. *Harvard Business Review Türkiye* (Mayıs 2019) kapak görüntüsü



Sayfa Yapısı: Elektronik edisyonda dergi tamamen web sitesi mantığı ile tasarlanmıştır. 2018 yılına kadar akıllı telefon ve tabletlerde görüntülenebilen etkileşimli bir dergi özelliğinde olan *Harvard Business Review Türkiye* dergisi, 2018 yılı itibariyle dergi görünümünü, tasarım mantığını ve okurun okuma deneyimini tamamen değiştirmiştir. Elektronik edisyon tasarımındaki bu köklü değişiklik sayfa yapılarını tamamen değiştirmektedir.

Harvard Business Review Türkiye dergisinin editöryal içeriği; *Spotlight, Yeni Fikir ve Deneyim* bölüm başlıkları ile dört bölüme ayrılmıştır. Basılı edisyonda bölümler seperatör sayfalarla ayrılmış ve bölüm başlığı ile makale konusu bir sonraki sayfada yer almıştır. Elektronik edisyonda ise bölüm başlıklarını içeren seperatör sayfalarlar yer almamaktadır. Okurun, bölüm başlıklarına ulaşması için içindekiler menüsünden ulaşabileceği bir yapı oturtulmuş ve makalenin; başlığı, yazar kimliği ve tarihin bulunduğu bir sayfaya yönlendirilmesi sağlanmıştır (Resim 70).

Resim 70. *Harvard Business Review Türkiye* (Mayıs 2019) basılı edisyon seperatör sayfaları (üst) ve elektronik edisyon konu girişleri (alt)



Harvard Business Review Türkiye dergisi basılı edisyonunun sayfa yapısı dörtlü grid sistemi üzerine tasarlanmış, bu dörtlü grid sistemi ise kimi sayfalarda iki ana sütun kimi sayfalarda ise üç sütun şeklinde kullanılmıştır. Elektronik edisyonda bu dörtlü grid sistemi yerine tek sütunlu aşağıya kayan bir sayfa yapısı görülmektedir (Resim 71).

Resim 71. *Harvard Business Review Türkiye* (Mayıs 2019) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyon grid yapıları



Derginin görselleri, hedef kitlesi ve konuları yönünden az oranda kullanılmıştır. Basılı edisyonda büyük oranda kullanılan görseller elektronik edisyonda başlığın üzerinde ve sola ve sağa tam hizalanmış olarak kullanılmaktadır. Ancak her iki edisyonda da sayfa yapısı olarak bir tasarım geçirgenliği söz konusu değildir.

Renk Kullanımı: *Yeni Fikir (mavi), Spotlight (yeşil) ve Deneyim (siyah)* bölümleri belli renk kodlarıyla ayrılmış ancak içindekiler sayfasına yansıtılmamıştır Kullanılan bu renkler, dergi içeriğinde editöryal içeriği ayırmak için iç sayfalarda üst bilgi olarak devam ettirilmiştir. Ancak *Deneyim* bölümünün rengi siyah yerine mavi olarak iç sayfalarda üst bilgi şeklinde kullanıldığı gözlemlenmiştir (Resim 72).

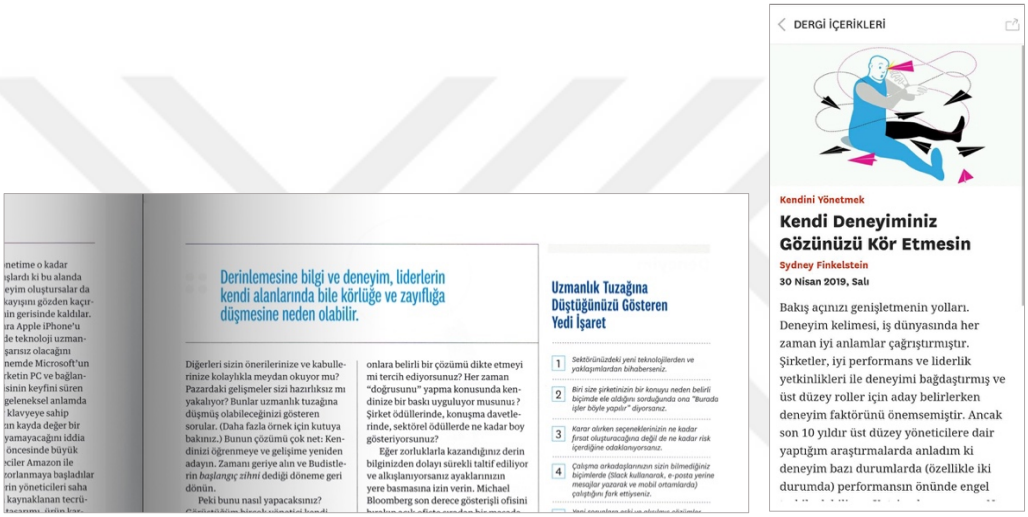
Resim 72. ***Harvard Business Review Türkiye*** **(Mayıs 2019) basılı edisyon (üst) ve elektronik edisyon (alt) sayfalarına ait renk kullanımı**



Elektronik edisyonda ise dergi tamamen web sitesi mantığı ile tasarlanmış olması bir takım farklılıklara sebep olmaktadır. Bu farklılıklar renk kullanım biçimlerini de etkilemektedir. Bu yüzden içindekiler sayfası basılı edisyonun tasarım biçimiyle tamamen farklı bir şekilde ve liste halinde sıralanmıştır. Bölüm renkleri kullanılmamış, bölüm başlıkları mavi şerit kullanımıyla belirtilmiştir. Basılı edisyonda zeminde ve yazılarda renkler kullanımı görülmektedir, elektronik edisyonda ise zemin rengi kullanımı yer almazken bazı sayfalarda yazıda renk kullanımı görülmektedir. Dolayısıyla her iki edisyonda da renkler kullanılmış ancak iki edisyon arasında bir renk tutarlılığı bulunmamıştır.

Tipografik Kararlar: Her iki edisyonda, başlıklarda tırnaksız yazı karakteri ve yazı karakterinin kalın üyesi, içerikteki metin kullanımında ise tırnaklı ve yazı karakterinin orta kalınlıklı üyesi kullanılmaktadır. Basılı edisyonda metin başlarında insiyal kullanımının olduğu ancak bu kullanımın birkaç sayfa ile sınırlı kaldığı görülmektedir. Elektronik edisyona ise insiyal kullanımı bulunmamaktadır. Metin hizalamaları ise iki edisyonda da soldan blok şeklinde hizalanmıştır (Resim 73).

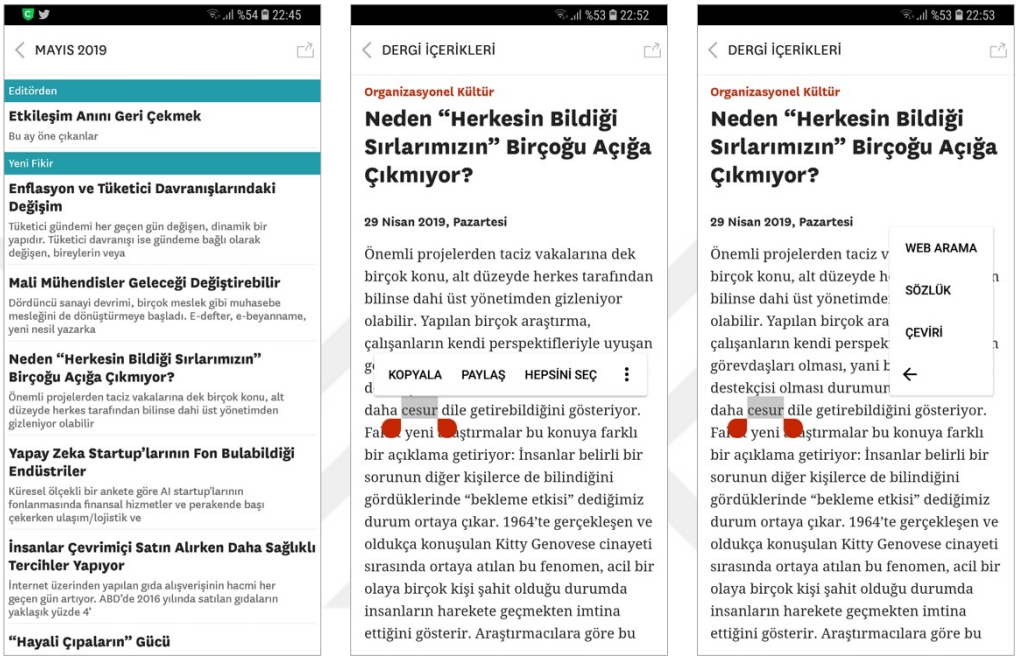
Resim 73. ***Harvard Business Review Türkiye*** **(Mayıs 2019) basılı edisyon (sol) ve elektronik edisyon (sağ) tipografi kullanımı**



Etkileşim - Dolaşım - İşlev: *Harvard Business Review Türkiye* dergisinin Mayıs 2019 sayısının elektronik edisyonu web sitesi görünümdedir. Çevrimiçi/çevrimdışı erişim sağlayan bir sisteme sahiptir. Okura listelenmiş içindekiler sayfasından seçilerek okuma imkanı tanınmıştır. Ayrıca uygulama içinde yine blogları, videoları, tüm konu listeleri ile yazar sayfalarını görüntüleme imkanı sunmaktadır. Seperatör yerine ana bölüm başlıkları ise mavi bant üzeri yazıda negatif bir biçimde kullanılmıştır. Ana menüde son eklenen, en popüler, videolar, dergi arşivi ve çevrimdışı okuma listesi başlıklarında toplayarak arşiv mantığını okurlarına sunmuştur. Makaleler başlık olarak gösterilmiş ve bu sayede okur ilgisini çeken makaleyi doğrudan gitmesi sağlanmıştır. Makaleleri doğrudan görüntülenebilmesinin yanında, ayrıca sayfa içinde kelimeye basıldığında kopyalama, metnin tümünü seçme, paylaşma ve sözlükte arama, web arama ve çeviri seçeneğinin yer aldığı menü çıkmaktadır. Sayfanın sağ üstünde yer alan paylaş menüsü ile okura sosyal medya

hesaplarından paylaşım, e-posta gönderim imkanı sunmaktadır. Bilgisayar, tablet ve akıllı cihaz gibi görüntüleme mecralarında senkronizasyon özelliği sunarak okurun aynı profil hesabıyla dergiye erişimi sağlamıştır (Resim 74).

Resim 74. *Harvard Business Review Türkiye* (Mayıs 2019) elektronik edisyonu içindekiler (sol) ve etkileşim özellikleri (orta-sağ)

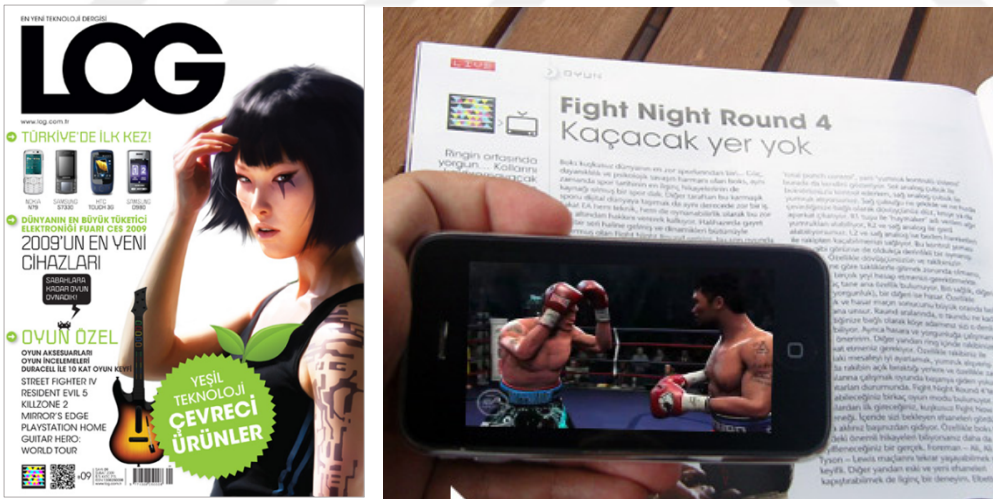


3.4. LOG

Haziran 2008 yılında yayın hayatına başlayan *Log*, bir teknoloji dergisidir. "En Yeni Teknoloji Dergisi" sloganıyla okurlarının karşısına çıkan dergi, ilk sayısından itibaren kapağında ve editör sayfasında iki boyutlu QR kod uygulaması kullanan dünyadaki ilk sayılı dergilerden biridir (Yılmaz, 2008).

Log dergisi Şubat 2009 sayısı kapağında Microsoft Tag[2] uygulamasını dünyada kullanan ilk basılı yayın olmuştur. Microsoft Tag ile basılı sayfada yer alan Tag akıllı telefon ile okutularak video, ses, müzik, fotoğraf içeriklerine ulaşmak mümkün hale gelmektedir (Resim 75). QR kod ve Microsoft Tag gibi birçok yeniliklerle okurlarıyla buluşan *Log*, Türkiye'nin ilk iPad uygulamasına sahip dergilerden biridir (www.log.com.tr, 2009). Günümüzde ise elektronik edisyonu basılı edisyonunun PDF formatı şeklinde olsa da dergi sayfaları içinde yer alan bazı interaktif özellikleri ile elektronik dergi mantığına yaklaşmaya çalıştığı söylenebilir.

Resim 75. *Log* (Şubat 2009) basılı edisyonu (sol) QR kod ve Microsoft Tag uygulamasına ait görüntüler



Kaynak: https://www.log.com.tr/microsoft-tag-1-yasinda/,2019
https://blogs.msdn.microsoft.com/tag/2010/01/07/happy-birthday-microsoft-tag/, 2019

[2] Microsoft Tag: Microsoft firmasının Mobile Tagging (mobil etiketleme) kavramını 2009 yılında geliştirip piyasaya sürdüğü bir uygulamadır. Microsoft Tag uygulaması ile QR kod ve diğer 2D kodlar gibi üzerindeki yapı taşlarının dizilimi ile kodlama yapmak yerine baskıda kullanılan CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black) renklerindeki üçgenlerin dizilimlerini birer sıra numarası olarak kodlayarak kodu kompleksleştirmemeyi başarmıştır. Bu sayede kamera performansı düşük cihazlarda da Microsoft Tag'leri okutmak mümkün hale gelmiştir (www.log.com.tr, 2009).

Logo, Kapak ve Biçim Kullanımı: 2019 Mart sayısına ait *Log* dergisinin basılı edisyonunda, logo sol üstte yer alırken, derginin sayısı, web adresi, ay ve yıl bilgileri ise kapağın sol üstünde ve sağa dayalı bir hizalama şeklinde yerleştirilmiştir. Kapak görseli ise merkezde ve logonun görünürlüğünü engellemeyecek bir şekilde logo üzerinde gelen bir yapıda konumlandırılmıştır. Dosya konu başlığı ve alt konular, sola hizalı bir şekilde kapağın sol alt tarafında yer almaktadır (Resim 76).

Resim 76. *Log* dergisi (Mart 2019) kapağına ait görüntü



Sayfa Yapısı: *Log* dergisinin basılı edisyonu sayfa yapısı, altılı grid sistemi ile tasarlanmış, bu altılı grid sistemi kimi sayfalarda üç sütun kimi yerlerde ise iki sütun şeklinde kullanılmıştır (Resim 77).

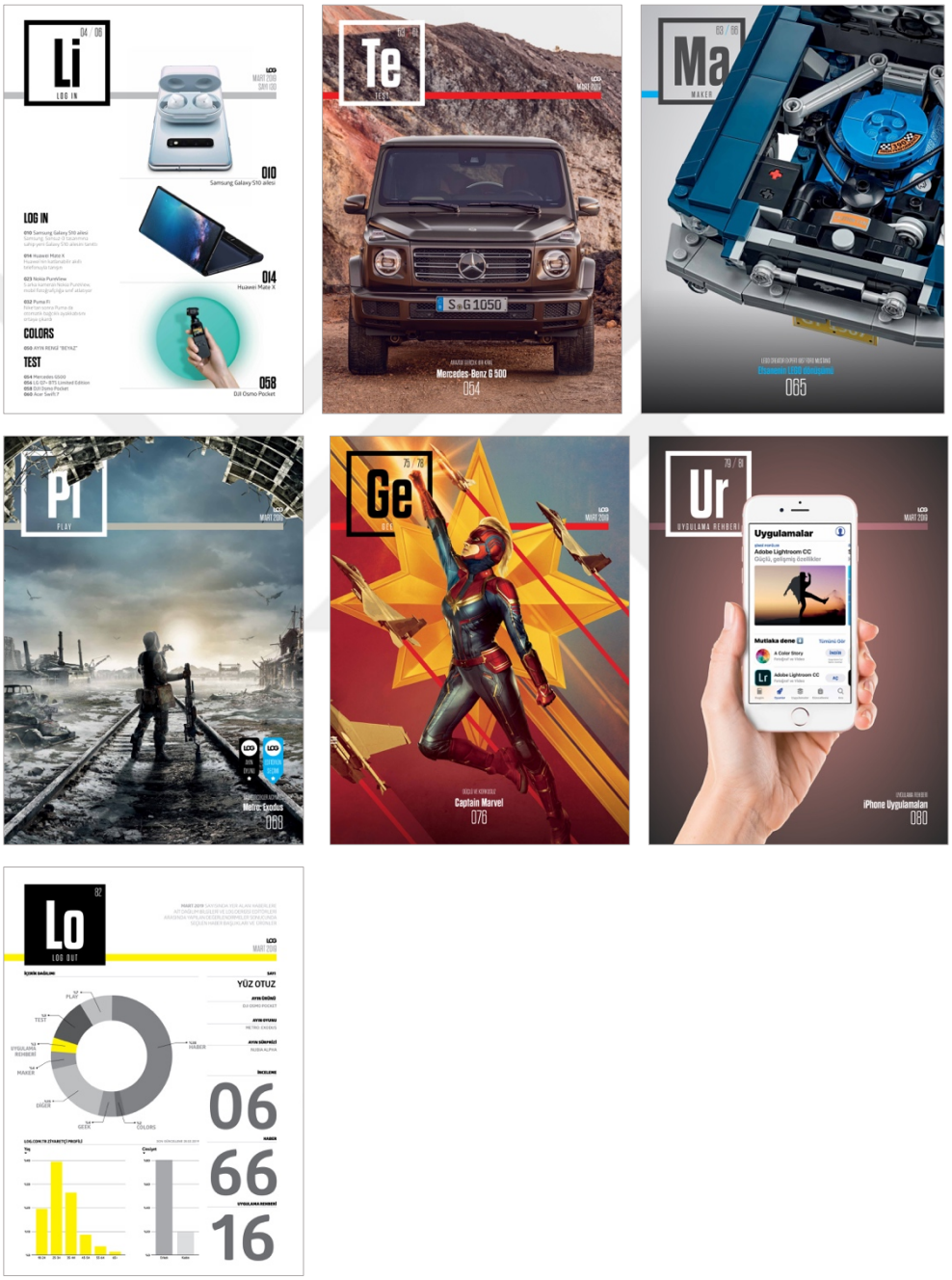
Resim 77. *Log* dergisi (Mart 2019) grid yapılarına ait görüntüler



Log dergisinin editöryal içeriği; *Log In, Colors, Test, Maker, Play, Sinema, Geek, Uygulama Rehberi ve Log Out* bölüm başlıklarının çoğunluğu seperatör sayfalar şeklinde tasarlanmış ve bu seperatör sayfalarda ana konuya ait görsel tam sayfa biçiminde konumlandırılmıştır. Seperatör sayfalarında bölüm başlıkları, kısaltma yapılarak bir görsel düzenlemeyle ve negatif veya pozitif bir kullanımla sayfanın sol üstünde yer almıştır. O bölüme ait ana konu ile ilgili başlık ve sayfa bilgisi orta bir

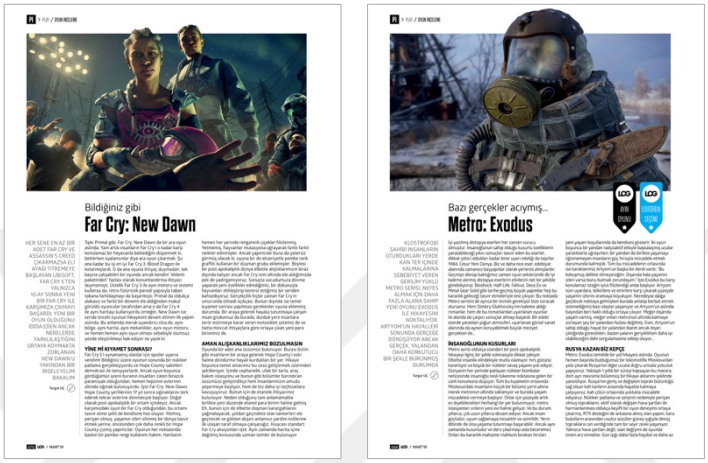
hizalama ile sayfanın alt orta kısmında olduğu görülmektedir. Basılı edisyonda okurun hangi editöryal içerikte olduğunu belirten bilgilendirme yazısı, sayfanın en üstünde ve sola hizalı bir biçimde konumlandırıldığı görülmektedir (Resim 77-78).

Resim 78. *Log* dergisi (Mart 2019) seperatör sayfalarına ait görüntüler



Görsel kullanımının ağırlıkta olduğu dergide, görseller bazı sayfalarda tam sayfa şeklinde, bazı sayfalarda ise görsel etkiyi arttırmak için sinema, fotoğraf ve grafik tasarımda kullanılan dekupe tekniğiyle yapılan görselin arka planından kırpılmış ve ayrılmış şekli kullanılmıştır (Resim 79).

Resim 79. *Log* dergisi (Mart 2019) görsel kullanımına ait görüntüler



Renk Kullanımı: *Log* dergisinin basılı edisyonunun kapağında, zemin rengi kullanılmamıştır, sayfanın beyaz boşluklarını yayına bir çerçeve oluşturacak bir biçimde tasarlamıştır. Bu beyaz boşlukların kullanımı sayesinde derginin daha modern bir görünüme sahip olduğu ve derginin "teknolojinin değişen yüzünü ve canlılığını" gösterme biçimi şeklinde de yorumlanabilir (Resim 80).

Resim 80. *Log* dergisi (Mart 2019) kapak renk kullanımı



Bu tasarım tutumu derginin diğer sayılarında da hakimdir ancak kapak görselinin boyutu ya da önemine göre bu kullanım zaman zaman değişkenlik göstermektedir . *Log* dergisinin editöryal içeriği; *Log In, Colors, Test, Maker, Play, Sinema, Geek, Uygulama Rehberi ve Log Out* bölüm başlıkları ile dokuz bölüme ayrılmış ve bu bölümler içindekiler sayfasında belirtilmiştir. Dergi içinde çeşitli renk kullanımları görülmektedir ancak renklerin, bölümlerin farklılaşması ve editöryal kimlik ögesi şeklinde bir görevi bulunmamaktadır. Bölüm bilgileri sol üstte ve siyah renkte yer almıştır (Resim 81).

Resim 81. *Log* dergisi (Mart 2019) bölüm bilgileri



Sayfalarda yer alanlar renk kullanımı, sayfada kullanılan görsellere uyum oluşturacak şekilde tasarlanmıştır. Görsel kullanımların dışında, yazılarda da çok sayıda renkli kullanım söz konusudur; bu renk tercihleri, görsellerin içinde barındırdığı renkler ya da görsele uyumlu renkler biçimindedir. Yazılarda uygulanan renk, genellikle görsel altı ya da bilgilendirme metinlerinde görülmektedir (Resim 82).

Resim 82. *Log dergisi* (Mart 2019) renk kullanımı



Tipografik Kararlar: *Log* dergisinin basılı edisyonunda kapak bilgileri, konu başlıkları, alt başlıklar ve içerilerde aynı tırnaksız yazı karakteri kullanılmıştır. Başlık, alt başlık ve içerikte vurgu yapılması istenilen cümle veya kelimelerde yazı karakteri ailesinin; kalın üyesi, içerik metinlerinde ise orta üyesi kullanıldığı görülmektedir. Yazılarda insiyal kullanımı bulunmamaktadır. Metin hizalamaları ise soldan blok biçimindedir (Resim 83).

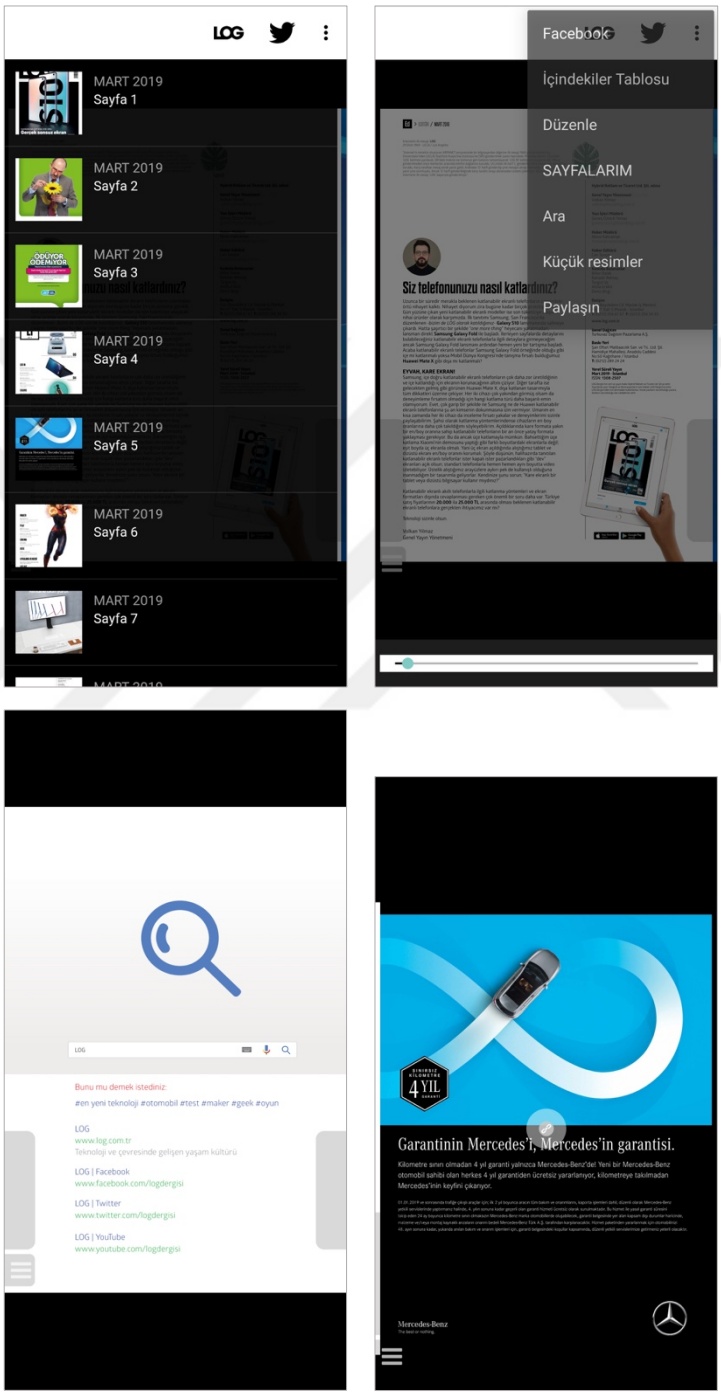
Resim 83. *Log* dergisi (Mart 2019) tipografi kullanımı



Etkileşim - Dolaşım - İşlev: *Log* dergisinin elektronik edisyonu, basılı edisyonunun PDF olarak elektronik ortama bir aktarımı biçimindedir. Ancak derginin PDF haline bazı etkileşim özellikleri eklendiği görülmektedir. Bu yarı etkileşim durumu ise dergi uygulamasından çıkmadan, derginin bazı reklam sayfaları içinde yer alan linkler sayesinde ilgili web adreslerine ve derginin iletişim ya da sosyal medya hesaplarına ulaşım şeklinde yapılandırılmıştır. Ayrıca yayının üst menüsünde; yer imi ekleme, içindekiler tablosu, düzenle, arama, küçük resim kullanımı, paylaş ve sosyal

medya bağlantıları bulunmaktadır. Bu özelliklere bakıldığında *Log* dergisinin elektronik bir dergi mantığına yaklaşmaya çalıştığı söylenebilir (Resim 84).

Resim 84. *Log dergisi* (Mart 2019) elektronik edisyonu etkileşim özelliklerine ait görüntüler



3.5. WIRED MAGAZINE

1993 yılında yayın hayatına başlayan *Wired Magazine,* teknoloji içerikli bir Amerikan dergisidir. Yeni çıkan teknolojilerin, toplum, siyaset ve kültür üzerindeki etkilerini de konu almaktadır. Seçkin yazar kadrosu, kaliteli editöryal içeriği ve güçlü tasarımı ile dünyada en çok satan dergiler listesine girmiştir. İlk yılında iki ayda bir yayınlanmış daha sonra ayda bir yayınlana süreli bir yayın haline gelmiştir (www.britannica.com). *Wired Magazin*e'in basılı edisyonu Mary Lees'in başında olduğu bir tasarım ekibi, elektronik edisyonu ise Ciaran Christopher tarafından tasarlanmaktadır. Ocak 1993'te web üzerinden ilk çevrimiçi yayınına başlamış (Deuze, 1999:375), birçok ödüle sahip olmuştur.

1994 yılında dijital ortağı olan *HotWired* (www.hotwired.com), ilk ticari e-dergi yayın hayatına girmiştir. İpad'in piyasaya sürülmesinden hemen sonra iPad için tasarlanan etkileşimli dergisini okurlarına sunmuştur. ABD edisyonu, Nisan 2019 tarihinden itibaren hareketli kapak görselleriyle Apple News+ gazete ve dergi uygulamasıyla okurlarına ulaşmaya başlamıştır.

Logo, Kapak ve Biçim Kullanımı: Temmuz - Ağustos 2017 sayısına ait *Wired Magazine* dergisinin her iki edisyonunda da boyut olarak birbirine yakın bir ölçü kullanılmış ancak elektronik edisyon mobil ekrana göre genişlik olarak biraz daha yatayda dar ve dikeyde uzun bir kullanım tercihine gidilmiştir. Kapakta kullanılan logo, ana dosya konusu, hem konum olarak hem de boyut olarak elektronik edisyona aynı şekilde aktarılırken; ülke edisyonu, ülke bazlı fiyatlandırma, ay ve yılına içeren bilgiler bazı ibareler azaltılmış bir biçimde aktarılmıştır. Kapak görseli, mobil ekranın ebatlarına göre orantılı olarak uyarlanmıştır. Basılı edisyonda kapağın alt kısmında yer alan alt konu başlıkları, elektronik edisyonda yer almamıştır. Basılı edisyonda satış için kullanılan barkod ise sol alt tarafta kullanılmıştır. Derginin logo kullanımı her sayıda, kullanılan görsele göre negatif, pozitif ve renkli bir biçimde uygulanmıştır (Resim 85).

Resim 85. ***Wired Magazine*** **(Temmuz / Ağustos 2017) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonlarına ait kapak görüntüleri**



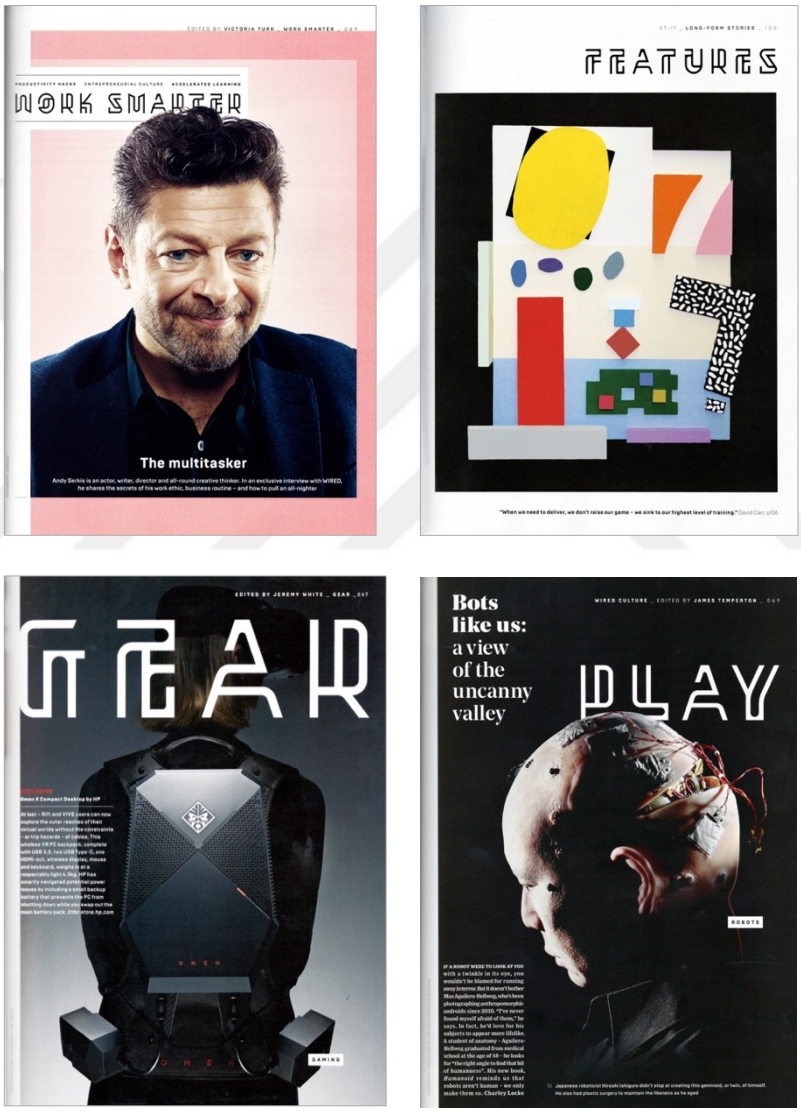
Sayfa Yapısı: *Wired* dergisinin basılı edisyonunda oldukça esnek, asimetrik ve değişken bir grid sistemi görülmektedir. Sayfadan sayfaya değişen sütun genişlikleri ve sütun sayılarına sahiptir. Bu yüzden her sayfada farklı grid sistemleri uygulanmıştır (Resim 86). *Wired* dergisine genel olarak diğer sayılarına bakıldığında içeriğinin yanı sıra tasarım açısından da dikkat çeken bir süreli yayın olduğu görülmektedir ancak her sayıda süre giden sabit bir sayfa yapısına sahip değildir.

Resim 86. ***Wired Magazine*** **(Temmuz / Ağustos 2017) basılı edisyonuna ait grid yapıları**

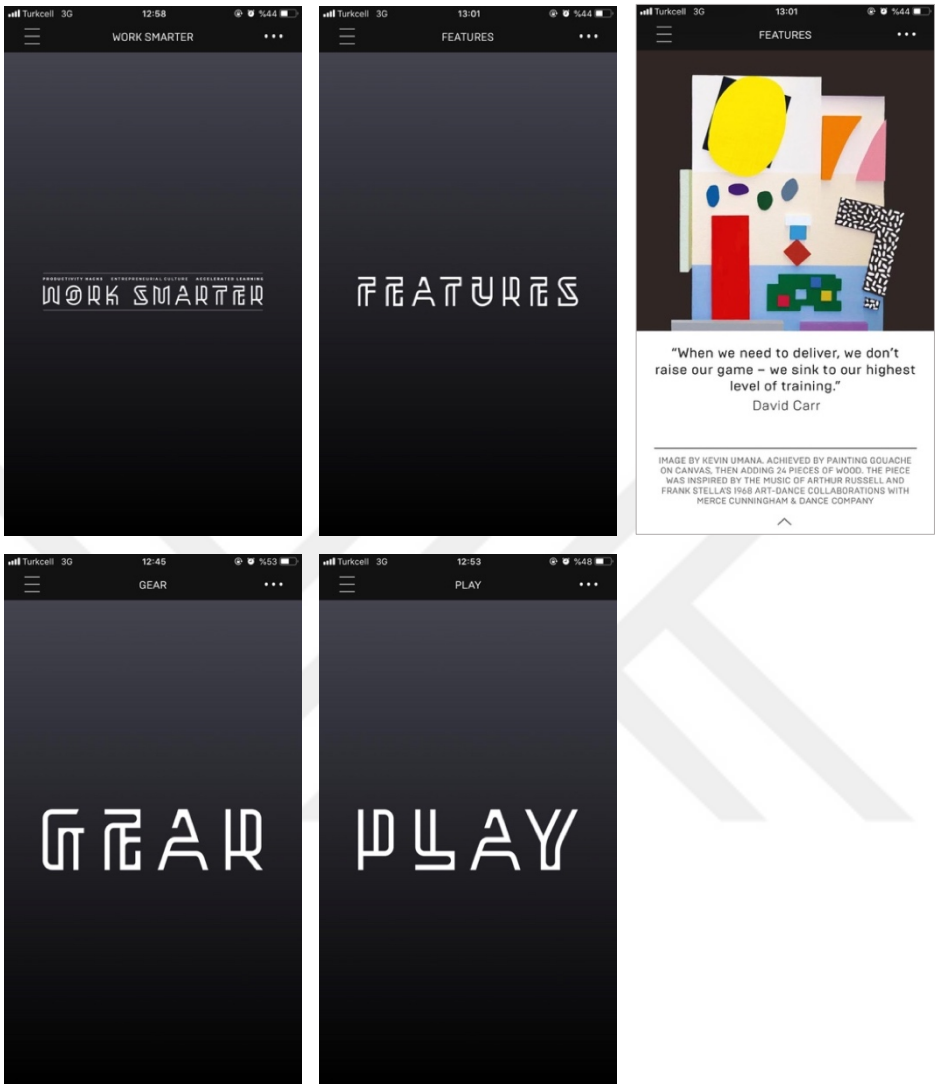


Wired dergisinin editöryal içeriği; *Start, Work Smarter, Feature, Gear ve Play* bölüm başlıkları ile beş bölüme ayrılmıştır. İki edisyonda bölüm seperatörleri de farklılık göstermektedir. Basılı edisyonun seperatör sayfalarında bölüm başlıkları ve kullanılan görselle ilgili kısa metinler yer alırken, elektronik edisyonda sadece bölüm başlıkları yer almakta, görsel ise bir sonraki sayfada yer almaktadır (Resim 87-88).

Resim 87. *Wired Magazine* (Temmuz / Ağustos 2017) basılı edisyonu seperatör sayfaları



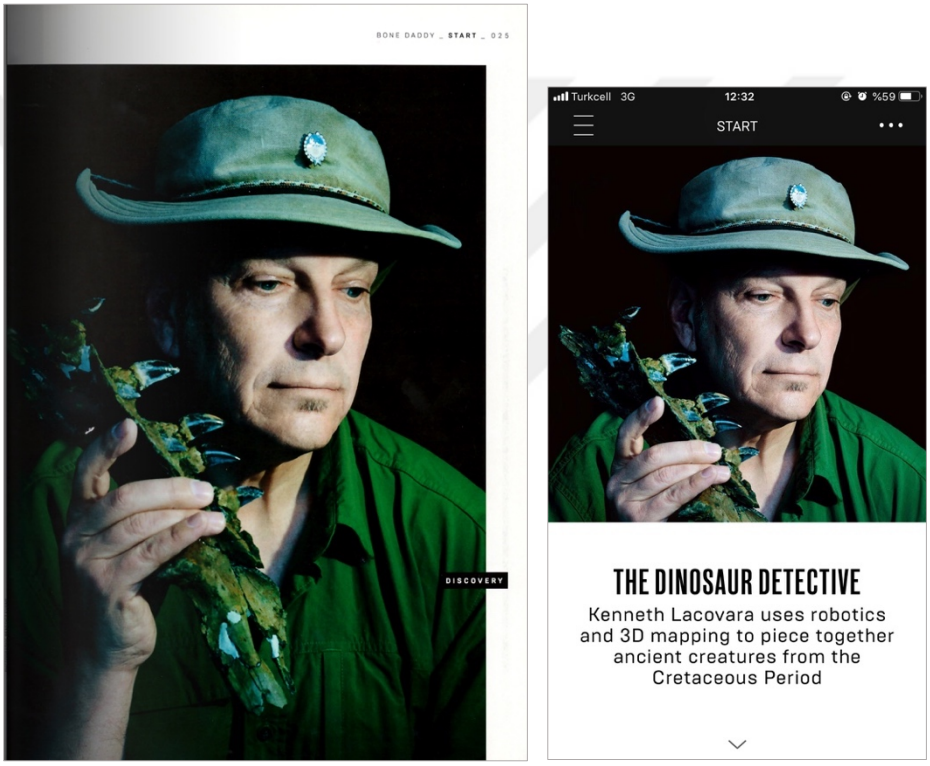
Resim 88. ***Wired Magazine*** **(Temmuz / Ağustos 2017) elektronik edisyonu seperatör sayfaları**



Basılı edisyonda seperatör bölümler, bölüme ait ana görselle desteklenirken, elektronik edisyonda ise seperatör sayfasında sadece bölüm başlığı orta merkezli kullanılmış hemen ardındaki sayfada bölüme ait ana görsel kullanılmıştır. Basılı edisyonda ana bölüm başlığı, sayfa konusu ve sayfa sayısı bilgileri, sayfanın en üstünde, dış köşesinde ve sayfanın yönüne göre değişen, sola veya sağa hizalı bir biçimde tırnaksız yazı karakterinin orta ve ince değeri ile konumlandırıldığı görülmektedir. Bu tasarım tercihinin özel dosya konuları dışında tutulduğu görülmektedir. Elektronik edisyonda ise bölüm bilgisi, üst menünün merkezinde, siyah şerit üzerine negatif kullanımlı tırnaksız yazı karakteri ile konumlandırılmıştır (Resim

88). Buna göre üst bölüm bilgileri ve seperatör sayfalar açısından bakıldığında basılı edisyondan elektronik edisyona tam bir kimlik geçirgenliği yoktur. Ancak bölüm başlıklarında kullanılan display karakter kullanımı aynıdır. Görsel kullanımı basılı versiyonda bazı sayfalarda tam sayfa şeklinde kullanılmıştır. Elektronik edisyonda ise büyük görsel kullanımı yerine görseller sayfaya/görüntüleyici ekrana tam sığacak bir biçimde yerleştirilmiştir (Resim 89).

Resim 89. *Wired Magazine* (Temmuz / Ağustos 2017) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonuna ait sayfa bilgisi ve görsel kullanımı

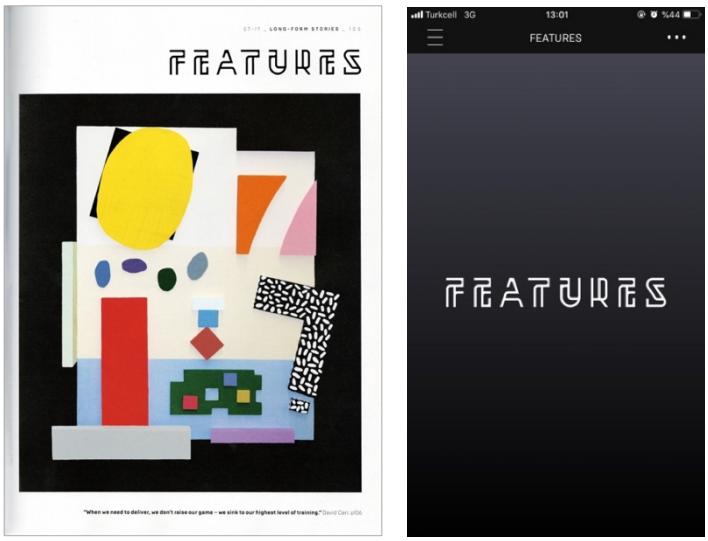


Renk Kullanımı: Her iki edisyonda da derginin kapak logo rengi sarıdır. Her sayıda değişen ve görsele uyumlu bir logo rengi kullanımı söz konusudur. *Wired* dergisinin editöryal içeriği; *Start, Work Smarter, Feature, Gear ve Play* bölüm başlıkları ile beş bölüme ayrılmıştır. Basılı edisyonda; bu bölümler içindekiler sayfasında belirtilmiş, elektronik edisyonunda ise ayrıca bir sayfa olarak tasarlanmamış; ancak yayının üst menüsünden ulaşabilecek biçimde tasarlanmıştır. Elektronik edisyonda, bölüm bilgisi, yayının en üstünde ve siyah şerit üzerine yazı şeklinde aktarılmıştır. Bu siyah şerit kullanımı elektronik edisyonun her sayfasında

kullanılmıştır. Seperatör sayfa tasarımları her iki edisyonda farklı renk ve düzenleme ile tasarlanmış, editöryal içeriği ayrıştıran bir renk kullanımı gözlenmemiştir. Basılı edisyonunun, reklam sayfalarında ve çoğu iç sayfalarda farklı zemin rengi tercih edilmiş, elektronik edisyonda ise reklam sayfaları dışında tercih edilmemiştir. Zemin rengi geçişi elektronik edisyona aktarılmamıştır. Görsel kullanımların dışında, iki edisyonda da yazıların genelinde siyah renk kullanımı hakimken, bazı sayfalarda ana başlık ve alt başlıklarda farklı renk kodları uygulanmıştır. *Wired* dergisinin genel olarak diğer sayılarına bakıldığında rengin görsel kimlik ögesi olarak kullanılmadığı görülmektedir.

Tipografik Kararlar: Basılı edisyonda, kapakta yer alan ana dosya konusunun başlığında tırnaklı yazı karakteri kullanılmış ve bu tırnaklı yazı karakteri dergi içinde ana dosya başlığında ve alt başlıklarında kullanılmıştır. Elektronik edisyonda ise tırnaklı yazı karakteri, ana dosya başlığında aynı biçimde aktarılmamış ancak alt başlıklarda kullanıldığı görülmüştür. Derginin hem kapağında hem de iç sayfalarında tırnaklı ve tırnaksız yazı karakteri kullanılmış, seperatör sayfalarda ise display denilen özel yazı karakterleri kullanılmıştır. Seperatör sayfalarında görülen display karakter kullanımı elektronik edisyona bire bir aktarılmıştır (Resim 90).

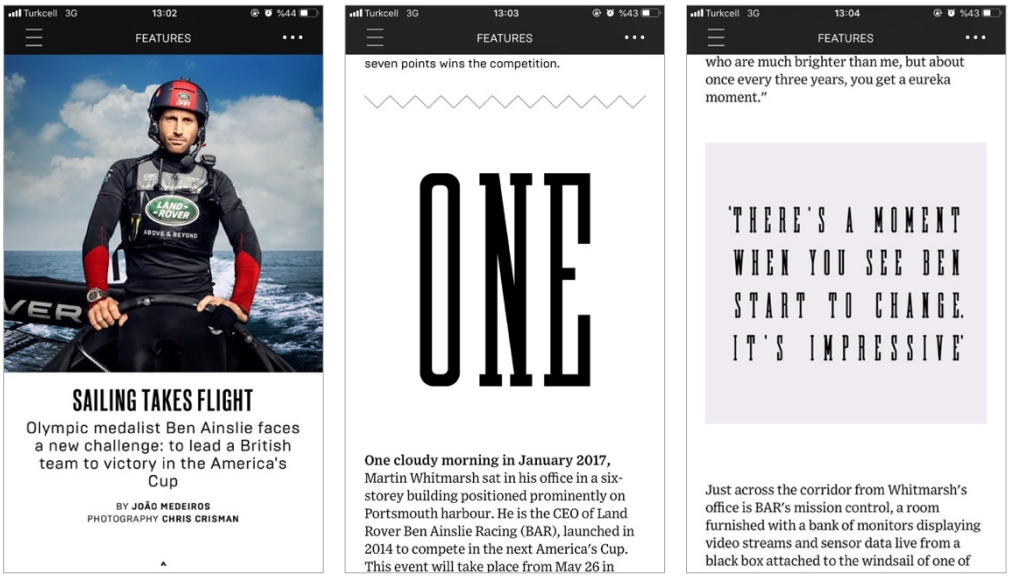
Resim 90. *Wired Magazine* (Temmuz / Ağustos 2017) basılı (sol) ve elektronik (sağ) edisyonlarına ait display yazı karakteri kullanımı



Genel sayfa tasarımlarına bakıldığında tırnaklı yazı karakteri kullanımı ağırlıktadır. Bu tasarım anlayışı elektronik edisyona da büyük oranda taşınmıştır. İçerikte vurgu yapılması istenilen cümle veya kelimelerde ise yazı karakterinin kalın değeri kullanılmıştır. Sayfanın üstünde yer alan ana bölüm bilgilerinde, yazara ait bilgilerde, resim altı bilgilerinde ise genellikle tırnaksız yazı karakteri ve yazı karakteri ailesinin kalın, orta ve ince üyeleri kullanılmış; bazı sayfalarda ise bu kural bozulmuştur. Yazı karakteri tercihi elektronik edisyona yüksek oranda aktarılmıştır (Resim 91).

Resim 91. *Wired Magazine* (Temmuz / Ağustos 2017) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonu yazı karakteri kullanımı





Basılı ve elektronik edisyonda da bazı sayfalardaki metin başlarında insiyal kullanımı görülmektedir. Metin hizalamaları ise basılı edisyonundaki makale yazılarında iki taraftan blok, sütun sayısının ikiden fazla olduğu yerlerde ve bilgilendirme yazılarında metin hizalamaları soldan blok şeklinde hizalanmıştır. Elektronik edisyonda ise metin hizalamaları ve tüm bilgilendirme yazıları soldan blok şeklinde hizalanmıştır (Resim 92)

Resim 92. *Wired Magazine* (Temmuz / Ağustos 2017) basılı (üst) ve elektronik (alt) edisyonlarına ait insiyal kullanımı ve metin bloklama görüntüleri

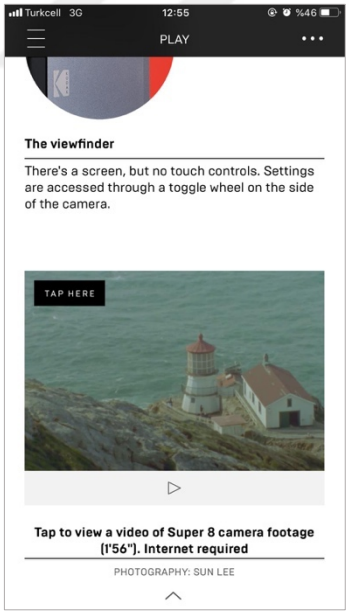


Etkileşim - Dolaşım - İşlev: *Wired* dergisinin Ağustos 2017 sayısı elektronik edisyonunda ise görseller farklı biçimlerde görüntülenmektedir. Sayfa başı ve sonlarında okuru nasıl dolaşması gerektiğini belirten oklar ve üstte yer alan bilgilendirme yazıları ve üst menüler kullanılmıştır.

Bazı sayfalarda, okurun ulaşabileceği yazara ait mail adresleri ve sosyal medya hesapları makale sonlarında yer almaktadır. Ayrıca reklam sayfasında dergiye ait web adresi, Facebook, Instagram, Twitter sosyal medya hesaplarına ait etkileşimli ikonlarlar ve video bağlantısı yer almaktadır. Ürün tanıtımı yapılan sayfada oluşturulan hiperlinkler sayesinde satış yapılan siteye yönlendirme yapılmıştır.

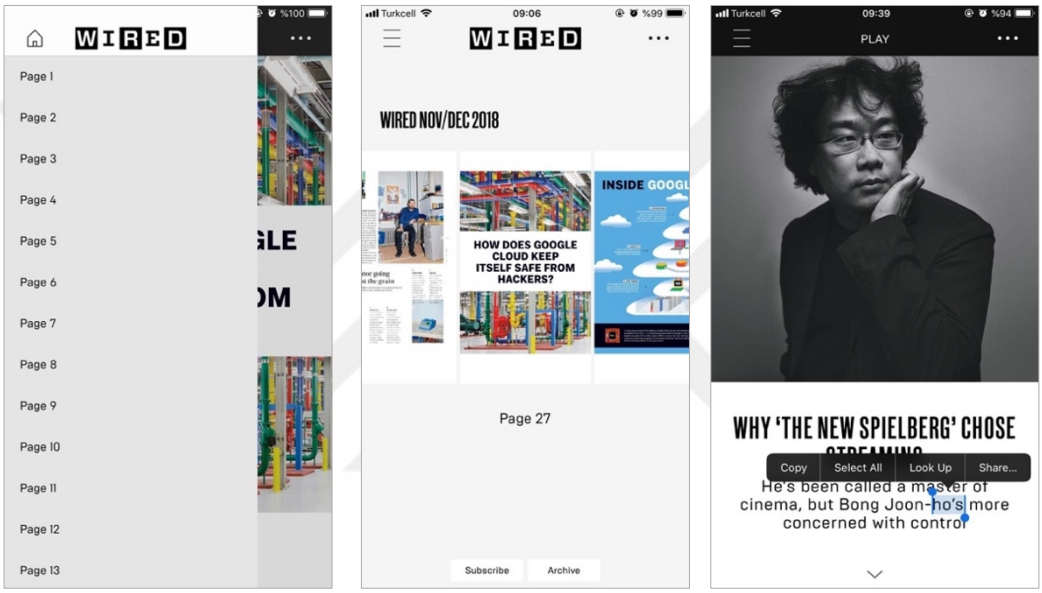
Panoramik görüntü, slayt geçişleri bu sayıda görülmemektedir ancak bazı makalelerde basılı içeriğin dışında etkileşim unsurlarından biri olan video görüntüleri konulmuş ve konu ile içerik bu sayede güçlendirilmiştir (Resim 93).

Resim 93. *Wired Magazine* (Temmuz / Ağustos 2017) video içeriğine ait görüntü

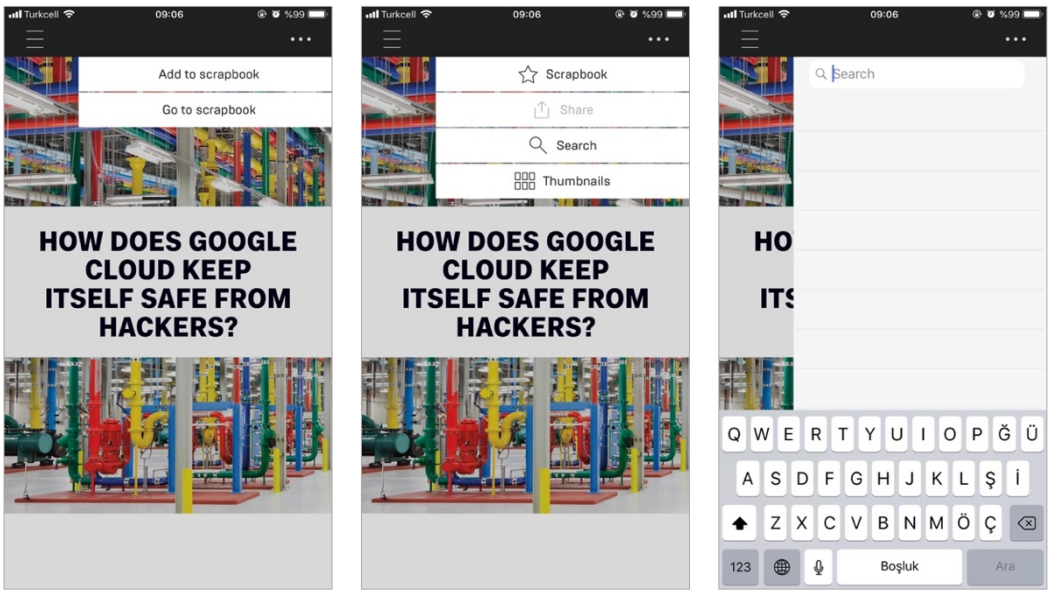


Derginin sol üstünde sayfalara menüden ulaşılmakta ve ayrıca genel sayfa görüntüleri de yer almaktadır. Sağ üstte ise koleksiyon albümü (ekleme ve koleksiyon sayfasına gitme), paylaşma, arama, küçük resim gösterme menüleri yer almaktadır. Ayrıca sayfa içinde sözcüğe basıldığında kopyalama, metnin tümünü seçme, paylaşma ve sözlükte arama / ziyaret etme seçeneğinin yer aldığı menü çıkmaktadır (Resim 94-95).

Resim 94. ***Wired Magazine*** **(Temmuz / Ağustos 2017) sol üst menü ve genel sayfa görünümü (sol ve orta), sözcük kullanım özelliği (sağ)**



Resim 95. ***Wired Magazine*** **(Temmuz-Ağustos 2017) elektronik edisyonu sağ üst menüsüne ait görüntüler**



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: "AKDENİZ'DEN" DERGİSİ İÇİN E-DERGİ TASARIMI

20. yüzyılda keşfedilen dijital teknolojiler ve özellikle de internetin icadı günümüzdeki birçok yazılı kaynağın mecrasını büyük bir güçle değiştirmiş veya değiştirmeye devam etmektedir. Fotoğraflar, video/filmler, mektuplar, gazeteler, kitaplar ve dergiler son yirmi yıl içerisinde hızlı bir biçimde analog veya basılı edisyonlarından dijital edisyonlara geçmektedirler. Bu çalışmada da analiz edilen dergilerde olduğu gibi bazı yayınlar ise hem basılı hem de elektronik versiyon olarak iki mecrada da yer almayı tercih etmektedirler. Jean-Philippe de Tonnac yöneticiliğinde Umberto Eco ve Jean Claude Carriere'nin soru ve yanıtlarından oluşan bir söyleşi kitabı olan "Kitaplardan Kurtulabileceğinizi Sanmayın"ın ön sözünde Tonnac kitapların elektronik ortamda var olması ile ilgili şunları yazmıştır:

> "… Bizim 'taştan kitabı mukaddeslerimiz' ortadan yok olmadı, fakat önce el yazması, sonra da basılı metinlerin üretiminin tamamı, o 'düşünen beyinlerin karınca yuvası', o 'bütün muhayyilelerin, şu altın rengi arıların ballarıyla üşüştükleri kovan', orta çağın sonunda, onları apansız, bulundukları mevkiden fena halde alaşağı etti. Keza elektronik kitap basılı kitabın zararına olacak şekilde sonunda kendini kabul ettirse de, onu evlerimizden ve alışkanlıklarımız arasından çıkarmayı başarması için pek az sebep var. "E-kitap" kitabı öldürmeyecek yani. Gutenberg'in ve dahiyane icadının kodekslerin[3] kullanımını; kodekslerin kullanımı da papirüs tomarları veya volumina[4] ticaretini akşamdan sabaha ortadan kaldırmadığı gibi. Güncel gelişmeler ve alışkanlıklar bir arada yaşar, bizlerin en sevdiği şey ise olasılıklar yelpazesini genişletmektir. Film tabloyu öldürdü mü? Ya televizyon sinemayı? O halde, bundan böyle sayısal olan evrensel kütüphaneye tek bir ekran vasıtasıyla girişimizi sağlayan okuma sayısallaştırıcılarına ve donanımlarına hoş geldin diyoruz" (Eco ve Carriere, 2012:9-10).

Tonnac bu metni 2009 yılında yazmıştır. Bu metin yazıldığında henüz ilk nesil e-kitap okuyucular kullanılmaya başlanmış, birinci nesil iPhone satışa sunulmuş ve iPad'in satışa sunulmasına ise bir yıl vardı. Bu metnin üzerinden geçen on yıllık süre içerisinde, elektronik mecralar ile basılı mecralar arasındaki makas çok daha fazla açılmıştır. Bu nedenle bu çalışmanın tasarım uygulaması olarak seçilen "Akdeniz'den" dergisi halen hem basılı hem de elektronik olarak yayımlanan, ancak önümüzdeki

[3] Kodeks, orta çağda icat edilen ve günümüze kadar kullanıla gelen ciltli standart kitap formuna verilen addır. Kodekslerden önce kitap nesnesi rulo kitap adı verilen ve ince uzun birbirine eklenmiş sayfalardan oluşmaktaydı. Ancak yazar burada kodeks sözcüğü ile ciltli el yazması kitabı kastetmektedir.

[4] İki ucuna çubuk yapıştırılmış ve yan yana yapıştırılmış sayfalardan oluşan elyazması sayfalar.

süreçte yalnız elektronik olarak yayımlanacak şekilde planlanmıştır. Bunun birinci nedeni derginin ücretsiz olarak dağıtılıyor olması ve baskı maliyetinin üniversiteye ekstra bir maliyet oluşturmasıdır. Dergi yalnız elektronik olarak yayınlanırsa Üniversite bu maliyetten tamamen kurtulabilir. İkinci neden ise derginin okuyucu/hedef kitlesinin çoğunlukla akademik personel ve kent bürokrasisi gibi eğitimli ve yüksek teknoloji kullanımı konusunda daha nitelikli olması düşünülen kişilerden oluşmasıdır.

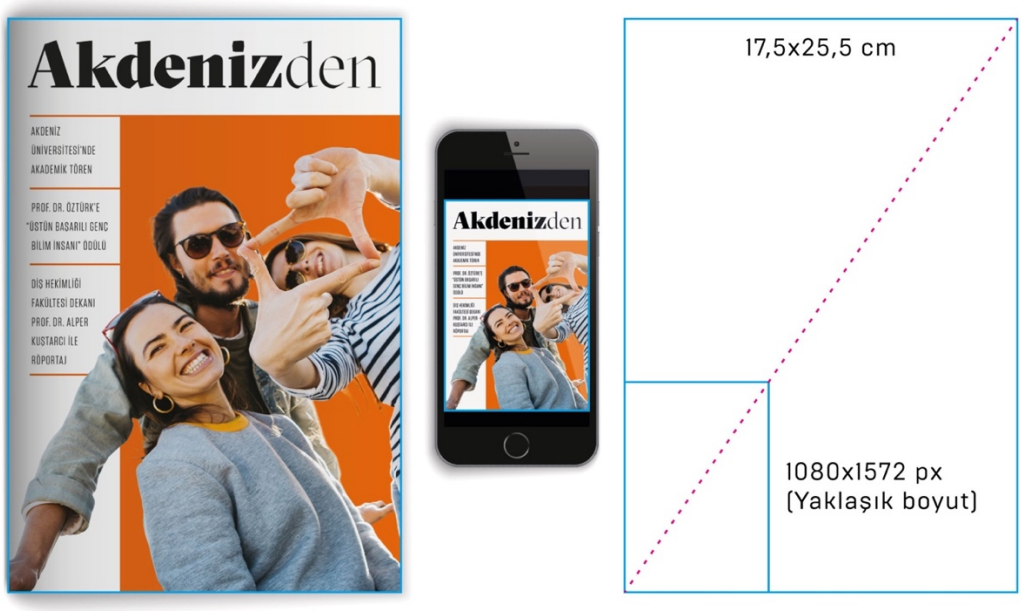
Tasarım örneği olarak *Akdeniz'den* dergisinin seçilmesinin sebebi ise çalışmanın Akdeniz Üniversitesi çatısı altında yapılıyor olması ve derginin editöryal içerik olarak elektronik dergiye oldukça uygun olmasıdır. *Akdeniz'den* dergisi ilk sayılarında daha çok bir bülten olarak yayınlanmış, sonraki sayılarında ise köşe yazıları, dosya konuları ve röportajlar gibi bölümler eklenerek dergi içeriğine kavuşmaya başlamıştır. Dergi son sayısına kadar Akdeniz Üniversitesi Basımevi'nde dijital baskı makinelerinde basılmış, son sayısı ise daha kaliteli ve hızlı hizmet almak amacıyla özel bir matbaada ofset baskı ile çoğaltılmıştır. Ayrıca derginin PDF'i internet ortamından "ISSUU" aracılığı ile etkileşimsiz dijital dergi olarak okunabilmektedir.

Bu çalışmada *Akdeniz'den* dergisinin 2019 yılı sonuna kadar basılı ve etkileşimli elektronik edisyonunun birlikte tasarlanması ve yayınlanması, 2020 yılından itibaren ise yalnız elektronik dergi olarak yayınlanması planlanmıştır. Derginin elektronik yayını için seçilen temel mecra ise akıllı telefonlardır. Bunun nedeni tablet bilgisayar satışlarının son yıllarda azalması, akıllı telefon satışlarının ise istikrarlı biçimde artmasıdır (bkz. Bölüm 2 / Tablo 6). Bunun yanında dergi için tasarım dili geliştirilirken ileride yalnız e-dergi olarak yayınlanması planlandığı için akıllı telefon ekranı birinci mecra olarak tercih edilmiştir. Dergi, akıllı telefon ekranlarında kolaylıkla okunabilecek şekilde tasarlanmış, sonrasında tasarım dili küçük uyarlamalar ile basılı edisyona aktarılmıştır.

Derginin A4 olan boyutu yeniden elden geçirilmiş ve basılı edisyon ile telefon ekranında görüntülenen elektronik dergi aynı oranlara getirilmiştir. Basılı dergiler kağıt fire miktarının da az olması için çoğunlukla 70x100 veya 64x90 cm standart kağıt boyutlarının katlanmasından (forma) oluşan boyutlarda tasarlanmaktadır.

Telefonların ekranları ise her modelde farklı boyut ve çözünürlüklerde olsa da çoğunlukla 16x9 oranlarında dikey olarak kullanılmaktadır. Örneğin güncel Android telefonların çoğunluğu 1080x1920, üst düzey bazı modellerde ise 1440x2960 piksel çözünürlüğünde ekranlar kullanılmaktadır. Apple iPhone 6, 7, ve 8 de 750x1334 piksel, plus modellerinde ise 1242x2208 piksel çözünürlüğünde ekranlar kullanılmaktadır. Bu farklı ve karmaşık ekran oran ve çözünürlüklerinin tamamında sağlıklı bir görüntü ve okunaklılık sağlamak için e-derginin genişliği 1080 piksel olarak belirlenmiştir. Yüksekliği ise hem basılı versiyonda kağıt fire miktarını arttırmamak, hem farklı ekran ve işletim sistemlerinde ekranın alt ve üst bölümlerindeki bazı tercih ikonlarını rahat görüntülenebilmesi, hem de daha kısa ekranlarda derginin alt ve üst kısımlarının kesilmemesi için, alt ve üstte bir miktar boşluk kalacak şekilde 1572 piksel olarak tasarlanmıştır. Derginin üst kısmında basılı edisyondan farklı olarak 100 piksellik bir yönlendirme bandı bulunmaktadır. Bu bölümden dergi içerisinde sonraki ve önceki sayfalara ve içindekiler kısmına ulaşmak mümkündür.

Resim 96. *Akdeniz'den* dergisi boyut bilgilendirmesi



Derginin basılı edisyonu ise 1080x1572 piksellik e-dergi ile aynı oranlara fakat farklı büyüklüğe sahip bir dikdörtgen olan 17,5x25,5 cm olarak tasarlanmıştır (Resim 96). Derginin basılı edisyonu doğal olarak sabit boyutludur, ancak elektronik edisyon

her telefonda ekran boyutuna bağlı olarak değişse de oran olarak aynı oranları korumaktadır.

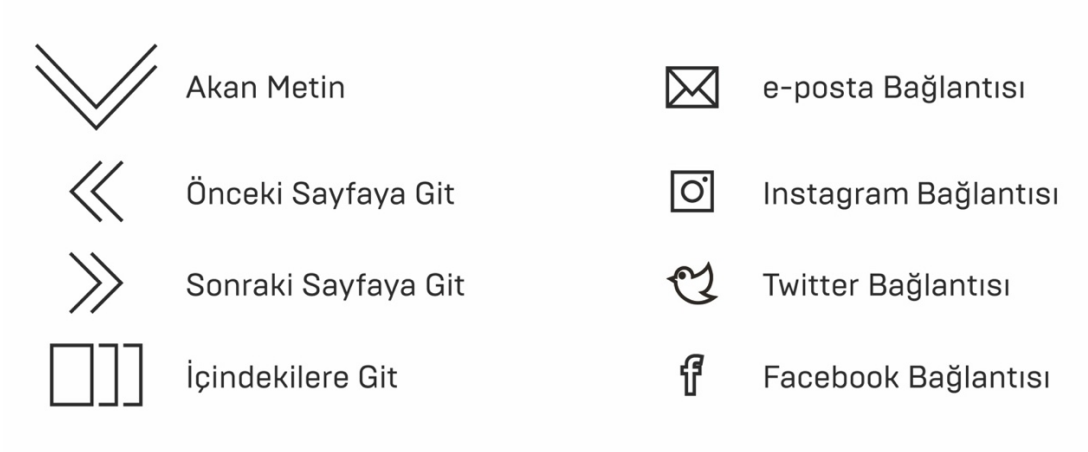
Resim 97. *Akdeniz'den* dergisi kapak alternatifleri



Logo, Kapak ve Biçim Kullanımı: Akdeniz'den dergisi için tasarlanan yeni logoda "GT Sectra" yazı karakterinin en kalın üyesi olan "Super" ile en ince üyesi olan "thin" versiyonları birlikte kullanılmış, kesme işareti kaldırılmış özel isim ile "den" eki yalnız yazı karakterinin kalınlık farkı ile ayrılmıştır. Logo her zaman en üstte beyaz bant içerisinde, sağdan, soldan, üstten ve alttaki renk bloğundan eşit mesafede konumlanmaktadır. Her sayıda dergi içeriğinde bulunan belirli konu başlıklarına kapakta yer verilmiştir. Derginin aylık içeriğinden bağımsız olarak, kapakta öğrenci fotoğrafları dekupe edilmiş olarak kullanılmaktadır. Bu fotoğraflar kendi kadrajlarına bağlı olarak bazen konu başlıklarının olduğu bölümün bazen de derginin logosunun olduğu bölümün üstüne, okumayı engellemeyecek şekilde yerleştirilmektedir. Her sayıda kullanılan fotoğrafın bir bölgesinden alınan renk, kapağın zemin rengi olarak kullanılmaktadır. Bu sayede dergi görsel bir kimlik kazanırken aynı zamanda farklı sayıların birbirinden ayrılması da kolaylaşmaktadır (Resim 97).

Akdeniz'den dergisi için bir takım piktogram ve yönlendirme işaretleri tasarlanmıştır (Resim 98). Bunların bir kısmı yalnız elektronik edisyonda kullanılmak üzere tasarlanan farklı yön ve boyutlardaki ok işaretleri, farklı sayfalarda iken içindekiler sayfasına dönmeyi sağlayan sayfa ikonu gibi etkileşimli piktogramlardır. Diğerleri ise sosyal medya ve mail adresleri gibi bağlantıları simgeleyen, basılı dergide yalnız görsel bir unsur olan, dijital edisyonda ise bu sitelere bağlantı (hyperlink) içeren etkileşimli işaretlerdir.

Resim 98. *Akdeniz'den* dergisi elektronik edisyon için tasarlanan piktogram ve yönlendirme işaretleri



Elektronik dergi, okuyucuya istediği zaman editöre veya bir bölümün yazarına, yazarın izin verdiği yollar ile iletişim kurmasını sağlamaktadır. Örneğin basılı dergide editöre ulaşmak için editörün mail adresini arayıp bulmamız gerekirken, elektronik dergide editör fotoğrafının üzerine veya alttaki ismine tıkladığımızda e-posta veya sosyal medya gibi editörün tercih ettiği yollardan iletişim kurmak oldukça kolaydır.

Resim 99. *Akdeniz'den* dergisi basılı ve elektronik edisyonuna ait grid sistemi



Sayfa Yapısı: *Akdeniz'den* dergisinin hem dijital hem de basılı edisyonu dört sütunlu bir grid sistemi ile tasarlanmıştır. Bu grid sistemi *editörden*, *köşe yazısı* gibi, yazarın fotoğrafının bulunduğu bölümlerde 1+3 şeklinde (Resim 99) kullanılmaktadır. Dergideki diğer haber sayfalarında ise başlık ve alt başlıklar dört sütunun birleşmesinden oluşan tek sütunlu bir yapıda tasarlanmıştır.

Derginin sayfa yapısı bakımından elektronik edisyon ile elektronik edisyonunun tasarımındaki tek farklılık gövde metninin tasarımındadır. Gövde metni elektronik edisyonda dört sütunun birleşmesinden oluşan tek bir sütunda dizilirken; basılı edisyonda ikişer sütunun birleşiminden oluşan ikili bir sütun sistemi ile dizilmektedir (Resim 100). Bu tercihin nedeni basılı dergide sütun genişliğinin artmasının uzun metinlerin okunmasını zorlaştırmasıdır. Elektronik dergide ise telefon ekranının genişliği oldukça sınırlıdır ve kayan metinler sayesinde istenildiği kadar metnin aşağı yönlü sayfaya yerleştirilebilmesidir.

Derginin hem basılı hem de dijital edisyonunda üstte bir bant kullanılmıştır. Bu bantta, okunan yazının derginin hangi bölümüne ait olduğu (Rektörlük, başarılar, köşe yazısı, vb.); derginin hangi tarihe ait olduğu, sayısı ve sayfa numarası gibi bilgiler toplanmıştır. Bu bant elektronik dergide metnin aşağı kaydığı durumlarda bile görüntülenmeye devam etmektedir.

Resim 100. ***Akdeniz'den*** **dergisi basılı ve elektronik edisyonuna ait grid sistemi**



Renk Kullanımı: *Akdeniz'den* dergisi bazı sayılarda küçük değişiklikler olsa da, genellikle *Rektörlük, Başarılar, Sağlık, Röportaj, Haberler* ve *Sayıya Özel* bir köşe yazısı olmak üzere altı ana bölümden oluşmaktadır. Dergideki bu altı bölüm için içerikle herhangi bir bağlantısı olmaksızın altı farklı renk seçilmiştir. *Rektörlük* turkuaz, *Başarılar* mavi, *Sağlık* mor, *Röportaj* pembe (magenta), *Haberler* kırmızı, *Özel yazı* ise turuncu renk ile tasarlanmıştır. Derginin orijinal baskısında da içerikler renk ile ayrılmıştır ancak yeni tasarlanan versiyonda bu renkler tamamen yeniden ele alınmıştır.

İçindekiler sayfasında her içerik kendi rengi ile yer almaktadır. Sayfalara gidildiğinde ise, üstte yer alan bölüm başlığı, bandı sayfadan ayıran çizgi ve metindeki alt başlık ile çizgileri bölüm rengi ile tasarlanmaktadır. Bu kullanım bölümler arasındaki konu farklılıklarını okuyucuların ayrıştırmasına yardımcı olmakta ve özellikle elektronik edisyonda yerini kaybetmesini engellemektedir (Resim 101).

Resim 101. *Akdeniz'den* dergisi basılı ve elektronik edisyonu editöryal renk kullanımı



Tipografik Kararlar: Akdeniz'den dergisinin tasarımında *GT Sectra, Brutal Type, Simple, TStar* ve Tungsten olmak üzere beş farklı yazı karakteri ailesinin farklı kalınlıkları kullanılmıştır. Derginin logosunda, içlerdeki bazı spot metinlerde ve sayfa üstlerindeki bölüm adlarında *GT Sectra Display Super* kullanılırken, tırnaklı gövde metinlerinde *GT Sectra Text Book* temel yazı karakteri olarak kullanılmıştır. Metin başlık ve alt başlıklarında *Brutal Type*'ın farklı ağırlıkları kullanılmış, köşe yazısı veya editör yazısı gibi bölümlerde de *Brutal Type'ın book* versiyonu temel gövde metni için tercih edilmiştir. Simple yazı karakteri sayfalarda üst bilgi bandında tarih ve sayfa numarası gibi derginin kimliğiyle ilgili olan ve sayfa içeriğinden farklılaşması gereken yerlerde kullanılmıştır. *TStar* ve *Tungsten* yazı karakterleri de kapak ve içindekiler bölümlerinde yardımcı yazı karakterleri olarak tercih edilmişlerdir (Resim 102). Tipografik kararlar açısından derginin basılı ve elektronik edisyonu aynı görsel kimliği devam ettirmektedir.

Resim 102. *Akdeniz'den* dergisi yazı karakteri kullanımları



Yazı karakterleri seçilirken hem ekran hem de basılı mecrada kullanıma uygun olması birinci derecede tercih sebebidir. Seçilen yazı karakterleri anatomik yapıları açısından birbirleri ile belirli bir uyum içerisinde iken kalınlık ve ayrıntıları açısında kontrastlar da barındırmaktadırlar. Örneğin metin başlıkları Tırnaksız kalın bir yazı karakteri olan Brutal Type Black ile yazılırken gövde metni GT Sectra Text Book ile dizilmiş ve tırnaklı/tırnaksız yazı karakterleri arasında belirli bir kontrastlık

sağlanmaya çalışılmıştır. Bunun yanında köşe yazılarında hem başlık hem de metin Brutal Type ile dizilmiş ancak başlıklar kalın, metin ise ince versiyonu ile dizilerek başlık-metin ayrımı vurgulanmaya çalışılmıştır.

Akdeniz'den dergisinin basılı ve elektronik edisyonu Logo, kapak, biçim kullanımı, sayfa yapısı, renk kullanımı ve tipografik kararlar açısından tam olarak birbiri ile uyumlu olarak, bir başka deyişle görsel kimlik devamlılığını optimum seviyede sağlamaya çalışılarak tasarlanmıştır. İki mecranın boyutları açısından ortaya çıkan görsel fark, sözü edilen bu tasarım elemanlarının görsel devamlılık açısından tutarlı kullanımı ile oldukça azaltılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

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

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

Harvard Busines Review Türkiye dergisinin elektronik edisyonu ise HTML mantığındaki yapısından dolayı, logo, kapak ve biçim kullanımı, sayfa yapısı ve renk kullanımı açısından basılı edisyonu ile tamamen farklılık gösterdiği ve görsel kimlik devamlılığını sağlayamadığı görülmektedir. Tipografik kararlar açısından, hem basılı hem de elektronik dergide aynı yazı karakterleri kullanılmış, dolayısı ile görsel kimlik devamlılığı tipografik açıdan sağlanabilmiştir.

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

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

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

Çalışmanın uygulama bölümünde yer alan Akdeniz Üniversitesi'nin süreli yayını olan *Akdeniz'den* dergisi, elektronik ve basılı edisyon olarak iki versiyonda yeniden tasarlanmıştır. Ticari bir amaç gütmeyen ve parasız yayınlanan *Akdeniz'den* dergisi, ilk olarak Eylül 2016'da yayınlamıştır. Derginin basılı edisyonunun yanında elektronik ortamlarda görüntülenebilen ancak elektronik ortamlara ait hiçbir etkileşime sahip olmayan bir PDF hali yayınlanmaktadır.

Yapılan tasarım önerisinde, incelenmiş olan dergilerin aksine birinci mecra olarak akıllı telefonlar seçilmiştir[5]. Tasarım önce akıllı telefon ekranlarında görüntülenecek şekilde yapılmış, ardından elde edilen tasarım dili basılı edisyona aktarılmıştır. Akıllı telefonlar için oluşturulan uygulama tablet bilgisayarlarda da görüntülenebilmektedir, ancak telefonların aksine tablet satışlarının son yıllarda

[5] Çalışmada incelenmiş olan beş dergi de öncelikle basılı olarak tasarlanmış, sonrasında basılı edisyon elektronik edisyona uyarlanmıştır.

düşmesi ve akıllı telefonların kullanım amacı gereği her zaman taşınması sebebiyle derginin bu mecra için tasarlanması daha doğru bulunmuştur. *Akdeniz'den* dergisinin basılı ve elektronik edisyonu tasarlanırken logo, kapak ve biçim kullanımı, sayfa yapısı, renk kullanımı ve tipografik kararlar dikkate alınmış ve aynı görsel kimliğin devamı sağlanmıştır. Yalnız gövde metni basılı edisyonda iki sütun, elektronik edisyonda ise tek sütun olarak kullanılmıştır. Bunun nedeni iki mecra arasındaki boyut farkı ve metinde kullanılan yazı karakterlerinin okunaklılığının sağlanmaya çalışılmasıdır.

Böylelikle, akıllı cihazlar için tasarlanan *Akdeniz'den* dergisinin elektronik edisyonu sayesinde ileride hem matbaa maliyetlerini düşürmek hem de elektronik dergilerin imkan verdiği birçok etkileşimli özelliği kullanabilmek için basılı edisyonundan vazgeçilmesi düşünülebilir.

KAYNAKÇA

Ambrose, Gavin ve Harris, Paul (2013). Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni (Cilt 1. Baskı). İstanbul: Literatür Yayıncılık.

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

Ana Britannica (Cilt 7). (1986). İstanbul: Ana Yayıncılık.

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

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

Aydın, Emin Doğan (1994). Sayısal Video Etkileşim Teknolojisi ve Kişisel Bilgisayarlar "Çoklu Ortam Sistemleri". Marmara İletişim Dergisi, 8, 177-184.

Bat, Hasibe (Ed.) (Nisan 2019). National Geographic Türkiye. 4/2019.

Becer, Emre (1999). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Yayınevi.

Burke, Pariah S. (2015). The Business of E-Publishing 2015. USA.

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

Cotton, Bob ve Oliver, Richard (1997). Siberuzay Sözlüğü: Resimli Terimler Sözlüğü: Multimedyadan Sanal Gerçekliğe. (Çeviren: Özden Arıkan ve Ömer Çendeoğlu) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Çeviker, Turgut (2001). Dergiler: "Yeraltı Haritaları". (Editör Mine Haydaroğlu). 101 Dergi/Dünden Bügüne Türkiye'nin Dergileri. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, 6-13.

Dündar, Burcu (2011). Kitap Nesnesi Nesne Olarak Kitap. İstanbul: Akın Nalça Kitapları.

Deuze, Mark (1999). Journalism and the Web: An Analysis f Skills and Standards in an Online Environment. Gazette), 61(5), 373-390.

Eby, Gülsün (2013). E-Yayıncılık. (Editör: T. Volkan Yüzer ve M. Emin Mutlu), Yeni İletişim Teknolojileri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 77-103.

Eco, Umberto ve Carriere, Jean Claude (2012). Kitaplardan Kurtulabileceğinizi Sanmayın (3. Baskı). İstanbul: Can Yayınları.

Gönenç, Ayla Yapar (2006). Türkiye'de ve Fransa'da Dergicilik ve Kadın Dergileri . İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Gönenç, Ayla Yapar (2011). Türkiye'de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 63-78.

Görsel Büyük Genel Kültür Ansiklopedisi (Cilt 7). (1999). İstanbul: Görsel Yayınlar.

Gülsoy, Tanses (1999). Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü. İstanbul: Adam Yayınları.

Haydaroğlu, Mine (2001). 101 Dergi/Dünden Bügüne Türkiye'nin Dergileri. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

İnuğur, M. Nuri. (1982). Basın ve Yayın Tarihi (2. Baskı). İstanbul: Çağlayan Basımevi.

İstek, Ragıp (2004). Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni. İstanbul: Pusula Yayıncılık.

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

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

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

Kaya, Hasan Mert (Ed.) (Mayıs 2018). Skylife, 418/2018.

Kaya, Hasan Mert (Ed.) (Ağustos 2018). Skylife, 421/2018.

Kaya, Hasan Mert (Ed.) (Kasım 2018). Skylife, 424/2018.

Kazan, Hüseyin (2013). Kurumsal Dergicilik ve Türk Hava Yolları'nın Uçuş Dergileri. (Editör: Ayla Yapar Gönenç). Dergicilik Üzerine (2. Baskı). İstanbul: Koyu Kitap, 229-316.

Keş, Yusuf (2006). "e-grafik.net" Elektronik Dergi Tasarımı, Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Garfik Ana Sanat Dalı, Ankara.

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

Kirişcan, Bekir (2015). "Ekranlar için Sayısal Tipografi" Mecra ile İlşkisi Bağlamında Sayısal Ortamlarda Tipografi, Sanatta Yeterlik Tezi, T.C. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Anasanat Dalı Grafik Tasarımı Programı, İstanbul.

Kocabaşoğlu, Uygur (1984). Cumhuriyet Dergiciliği'ne Genel Bir Bakış. Türkiye'de Dergiler Ansiklopediler (1849-1984) İstanbul: Gelişim Yayınları.

Lupton, Ellen and Philips, Jeniffer Cole (2015). Graphic Design: The New Basics. New York: Princeton Architectural Press.

Meggs, Philip B. and Purvis, Altson W. (2012). Meggs' History of Garphic Design (5th Edition). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Nalcıoğlu, Belkıs Ulusoy (2013). Türkiye'de Dergiciliğin Sancılı Başlangıcı. (Editör: Ayla Yapar Gönenç). Dergicilik Üzerine İstanbul: Koyu Kitap, 7-39.

Neville Brody (1988). Grafik Sanatlar üzerine Yazılar:Grafikerler Meslek Kuruluşu (Cilt 001/025)(Sayı 9). İstanbul: Mataş.

Okay, Ayla (2018). Kurum Kimliği. İstanbul: Derin Yayınları.

Onursoy, Sibel (2001). Online Haber Yayımcılığında Görsel Boyutu: Haber Sitesi Örnekleri Üzerine Bir Uygulama, Doktora Tezi,Anadolu Üniveristesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

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

Önder, Işık (2010). Elektronik Kitap Olgusu ve Türkiye'de Durum, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

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

Pektaş Turgut, Özden (2009). Basılı ve Elektronik Grafik Tasarım Dergilerinin Görsel Kimlik Açısından Karşılaştırılması ve Bir Elektronik Tasarım Dergisi Önerisi, Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, Ankara.

Podova, Ted (2017). Adobe InDesign Interactive Digital Publishing: Tips, Techniques, and Workarounds for Formatting Across Your Devices. New York, ABD: Apress.

Sarıkavak, Namık Kemal (1997). Tipografinin Temelleri. İstanbul: Doruk Yayınları.

Schauder, Don (1994). Electronic Publishing of Professional Articles: Attitudes of Academics and Implications Fort he Scholarly Communication Industry. Journal of the American Society for Information Science, 45(1), 71.

Şener, Nihal Kocabay (2013). National Geographic'in 'Doğu'su. (Editör: Ayla Yapar Gönenç). Dergicilik Üzerine. İstanbul: Koyu Kitap, 325-338.

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

Tonta, Yaşar ve Ünal, Yurdagül (2005). Current Developments in Electronic Publishing. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 56(1), 84-94.

Tonta, Yaşar (1997). Elektronik Yayıncılık, Bilimsel İletişim ve Kütüphaneler. Türk Kütüphaneciliği, 11(4), 305-314.

Toprak, Zafer (2001). Bir Serüvendir. (Editör Mine Haydaroğlu). 101 Dergi/Dünden Bügüne Türkiye'nin Dergileri. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, 144-145.

Turan, Serdar (Ed.) (Mayıs 2019). Harvard Business Review Türkiye, 5/2019.

Tunçer, Can (Mart 2019). Gelecekten Gelen Tasarım. Log Dergisi, 3/2008, 14-16.

Tuncay, Ayşe Melis (1998). Dergi Tasarımı, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Ana Sanat Dalı Grafik Tasarım Programı, İstanbul.

Uçar, Tevfik Fikret (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Uzoğlu, Sevil (2001). Kurumsal Kimlik, Kurumsal Kültür ve Kurumsal İmaj, Kurgu Dergisi,18, 338.

White, Alex White (2011). The Elements of Graphic Design (Vol. Second Edition). New York: Allworth Press.

Williams, Greg (Ed.) (July-August 2017). Wired Magazine / UK Edition, 7-8/2017.

Yılmaz, Volkan (Ed.) (Mart 2019). Log Dergisi, 3/2019.

Yiğit Açıkgöz, Fatma (Ed.) (Ocak 2019). Akdenizden, 10/2019.

Yiğit Açıkgöz, Fatma (Ed.) (Nisan 2019). Akdenizden, 11/2019.

Zor, Aydın ve Yüksel Kirişcan, Bilge (2016). Elektronik Kitaplar ve Sanat Eğitimi Derslerinde E-Kitap Kullanımına Yönelik Bir Öneri. Akdeniz Sanat Dergisi, 9, (19).

İNTERNET KAYNAKÇASI

Allgemeine Literatur-zeitung. https://www.iisf.it/index.php/attivita/pubblicazioni-e-archivi/archivio-attivita/allgemeine-literatur-zeitung-1785 1849.html, Erişim Tarihi: 10.02.2019.

Amazon Kindle. www.ipfs.io:https://ipfs.io/ipfs/QmXoypizjW3WknFiJnKLwHCnL72vedxjQkDDP1mXWo6uco/wiki/Amazon_kindle.html, Erişim Tarihi: 28.7.2018.

Amazon Kindle: A brief 10-year history from the original Kindle to the new Kindle Oasis. www.pocketlint.com: https://www.pocketlint.com/gadgets/news/137303-amazon-kindle-history-kindle-to-the-kindle-oasis, Erişim Tarihi: 19.12.2018

American Museum. https://historical.ha.com/itm/books/pamphlets-and-tracts/the-american-museum-or-repository-of-ancient-and-modern-fugitive-pieces-volii-numbiii-philadelphia-matthew-carey-1787-/a/626-25906.s?ic16=ViewItem-BrowseTabs-Auction-Archive-ThisAuction-120115, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

Anderson Chris (2010). Magazine's iPad Edition Goes Live. www.wired.com: https://www.wired.com/2010/05/mag_editors_letter/, Erişim Tarihi: 13.08.2018.

A brief history of the iPad, Apple's once and future tablet. www.appleinsider.com: https://appleinsider.com/articles/18/04/03/a-brief-history-of-the-ipad-apples-once-and-future-tablet, Erişim Tarihi: 05.01.2019.

Apple's first İPad. https://inews.co.uk/news/technology/how-the-ipad-has-evolved-in-size-since-2010-from-mini-to-pro/, Erişim Tarihi: 25.03.2019.

Apple launches Apple News+, an immersive magazine and news reading experience. www.apple.com: https://www.apple.com/newsroom/2019/03/apple-launches-apple-news-plus-an-immersive-magazine-and-news-reading-experience/, Erişim Tarihi: 01.05.2019.

Apple Ipad Pro, https://www.amazon.com/Apple-iPad-11-inch-Wi-Fi-512GB/dp/B07K3746J7, Erişim Tarihi: 03.03.2019.

Apple Launches iPad. (2010). www.apple.com: https://www.apple.com/newsroom/2010/01/27Apple-Launches-iPad/, Erişim Tarihi: 27.10.2018.

Aside. The world's first magazine only made with HTML5. www.asidemag.com: , Erişim Tarihi: 09.01.2019.

Altındağ, Aykut (2015). En çok kullanılan görüntü formatları, www.mediamarkt.com.tr: https://mediatrend.mediamarkt.com.tr/en-cok-kullanilan-goruntu-formatlari, Erişim Tarihi: 27.12.2018.

Başbuğu, Su, Calafatto, Özge, Çelik, Tuğba, Ortaç, Hande, Türkgeldi, Engin ve Yenice, Mevsim (2019). www.altzine.net: http://dergi.altzine.net/hakkimizda, Erişim Tarihi: 29.03.2019.

Bilim ve Teknik Dergisi. https://kitapcenneti.org/bilim-teknik-dergisi, Erişim Tarihi: 03.10.2018

Çelik, Tuğba (2014). Türkiye'de Çocuk Olmanın Tarihi: Doğan Kardeş Dergisi, www.academia.edu:https://www.academia.edu/8903353/T%C3%BCrkiyede_%C3%87ocuk_Olman%C4%B1n_Tarihi_Do%C4%9Fan_Karde%C5%9F_, Erişim Tarihi: 25.12.2018.

Company Overview: www.hbr.org. https://hbr.org/corporate/about, Erişim Tarihi: 07.03.2019.

Dede, Melih Bayram (2017). Melih Bayram Dede ile Dergibi'yi Konuştuk. Raportör: Hüseyin Akın. www.dergibi.com: http://dergibi.com/2017/04/melih-bayram-dede-ile-dergibiyi-konustuk, Erişim Tarihi: 10.10.2018

Dergi. www.tdk.gov.tr:http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5be881cea21775.16350732, Erişim Tarihi: 05.03.2018.

Die Horren. https://www.ebay.de/itm/Friedrich-Schiller-DIE-HOREN-eine-Monatsschrift-4-Bd-9-12-Stueck-Cotta-1795/122488185453, Erişim Tarihi: 10.02.2019.

Dijital, Pitch Your Tech Culture Ideas to Wired.com. (2013). www.adweek.com: https://www.adweek.com/digital/wired-write-for/, Erişim Tarihi: 20.10.2018.

Dosya Formatları. www.adobe.com.tr: https://helpx.adobe.com/tr/photoshop/using/file-formats.html, Erişim Tarihi: 19.07.2018.

Doğan, Göksel (2018). Piksel ve Çözünürlük Nedir. www.muhendisbeyinler.net/: https://www.muhendisbeyinler.net/piksel-ve-cozunurluk-nedir/, Erişim Tarihi: 25.12. 2018.

Ebup. www.idpf.org: http://www.idpf.org/epub/30/spec/epub30-changes.html#sec-diff-intro-history, Erişim Tarihi: 07.03.2019.

Ekran çözünürlükleri hakkında bilmeniz gereken her şey!. www.shiftdelete.net: https://shiftdelete.net/ekran-cozunurlukleri-hakkinda-tum-bilinenler, Erişim Tarihi: 15.08.2018.

Smith Emmet. National Geographic Partners: www.semipermanent.com: https://www.semipermanent.com/profiles/emmet-smith, Erişim Tarihi: 20.01.2019.

Gürcan, Halil İbrahim (1998). Sanal Gazete ve Gazetecilik. Kurgu Dergisi (15), 143-153.https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/1397/131848.pdf?sequence=1&isAllowed=y, Erişim Adresi: 12.12.2019.

Greenwood, Jonny (2018, October 20). Difference Between Kindle Content AZW, AZW3, PRC, Mobi, Topaz, AZW6, KFX. www.epubor.com.: https://www.epubor.com/difference-between-kindle-content-azw-azw3-prc-mobi-topaz.html, Erişim Tarihi: 03.01.2019.

Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. (2018). www.tuik.gov.tr: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819, Erişim Tarihi: 11.10.2018.

Happy Birthday Microsoft Tag!. www.microsoft.com: https://blogs.msdn.microsoft.com/tag/2010/01/07/happy-birthday-microsoft-tag/, Erişim Tarihi: 02.02.2019.

Harper's Bazaar. (2009). Georgina Pattinson. https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a18658/history-of-harpers-bazaar/, Erişim Tarihi: 02.09.2018.

Her Zaman Her Yerde Skylife: www.skylife.com. https://www.skylife.com/tr/2012-02/her-zaman-her-yerde-skylife, Erişim Tarihi: 05.03.2019.

Ippen, Johannes (2011). Case Study Aside Magazine. www.johannesippen.com: https://johannesippen.com/asidemag/, Erişim Tarihi: 11.01.2019

iBooks 2 and iTunes U: A Quick Review from a Teacher (2012). www.coolcatteacher.blogspot.com:http://coolcatteacher.blogspot.com/2012/01/ibooks-2-and-itunes-u-quick-review-from.html, Erişim Tarihi: 08.03.2018.

Jange, Suresh and Angadi, Mallikarjun. M. Electronic Publishing : An Analytical Study www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/28802116_Electronic_publishing_an_analytical_study, Erişim Tarihi:12.10.2018

Jerney, John (2012). Exploring Ebook Formats-Amazon Kindle (AZW/MOBI). www.epublishyourself.com: http://www.epublishyourself.com/exploring-ebook-formats-amazon-kindle-azwmobi, Erişim Tarihi: 02.01.2019.

Journal des Savants. http://classes.bnf.fr/dossitsm/gc189-35.htm, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

Katlanabilir telefon modelleri için dikkat çeken fiyat açıklaması. (2019). www.log.com.tr. https://www.log.com.tr/katlanabilir-telefon-modelleri-icin-dikkat-ceken-fiyat-aciklamasi/, Erişim Tarihi: 02.05.2019.

Kutup, Nejat ve Benli, Leyla (2002). Sanal Dergi Yayıncılığı, AFSAD 6.Fotoğraf Sempozyumu Tam Metin Bildiri. www.fotografya.gen.tr: http://www.fotografya.gen.tr/issue-15/fotografyabildiri.htm, Erişim Tarihi: 03.10.2018.

Kutsal Arda (2011). Dipnot.tv iPad Dergisi ile App Store'da Birinciliğe Oynuyor. https://webrazzi.com/2011/03/14/dipnot-ipad/, Erişim Tarihi: 25.03.2019.

Life (1936). https://www.oldlifemagazines.com/the-1930s/1936.html?limit=60, Erişim Tarihi: 01.07.2018.

Life (1936). https://www.oldlifemagazines.com/the-1940s/1949.html?p=2, Erişim Tarihi: 01.07.2018.

Life (1936). https://www.oldlifemagazines.com/the-1960s/1969.html?p=2, Erişim Tarihi: 01.07.2018.

Lenova Tab 10, https://www.dateks.lv/en/cenas/plansetdatori/152288-lenovo-tab-10-x103f-black-10-1-snapdragon-212-1gb-16gb-android-6-0 / 2019, Erişim Tarihi: 03.03.2019.

Magazine: www.britannica.com. https://www.britannica.com/search?query= Magazine, Erişim Tarihi: 05.03.2019.

Magazine Publishing. (2018). www.britannica.com: https://www.britannica.com/topic/magazine-publishing#ref200910, Erişim Tarihi: 05.03.2019.

Mccullough Brian (2014). Hotwired. http://www.internethistorypodcast.com/2014/10/the-webs-first-banner-ads/, Erişim Tarihi: 03.12.2018.

Mccullough Brian (2014). This Is The's World's First Banner Ad. (2014). http://www.internethistorypodcast.com/2014/10/the-webs-first-banner-ads/, Erişim Tarihi: 03.12.2018.

Mercure Galant. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:1672_Mercure_Galant_January_title_page.png, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

Microsoft Tag 'dünyada' ilk kez LOG'da: www.log.com.tr.(2009). https://www.log.com.tr/microsoft-tag-dunyada-ilk-kez-logda/, Erişim Tarihi: 15.2.2019.

National Geographic Magazine (1888), https://www.art.com/products/p42809218899-sa-i10130345/cover-of-the-january-1898-national-geographic-magazine.htm, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

National Geographic Magazine (1918), https://www.tollebild.com/bilden/100-years-ago-today-1918-8a.html, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

National Geographic Türkiye arşivi okurlara açılıyor. www.ntv.com.tr: https://www.ntv.com.tr/yasam/national-geographic-turkiyearsivi-okurlara-aciliyor,Ay6Hjqwxxki0esRptxKVZQ, Erişim Tarihi: 20.02.2019.

National Geographic Magazine: www.britannica.com. https://www.britannica.com /topic/National-Geographic-Magazine, Erişim Tarihi: 05.03.2019.

Nature, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Nature_cover,_November_4,_ 1869.jpg, Erişim Tarihi: 01.10.2018.

Nizam, Feridun (2006). İnternet ve Özellikle İnternet Yayıncılığını Düzenlemek İçin Çözüm: Otokontrol Mü, Hukuk Mu?. www.ab.org.tr: https://ab.org.tr/ab06/bildiri/75.doc, Erişim Tarihi: 12.10.2018.

Özdemir, Cüneyt (Mart 2019). www.twitter.com: https://twitter.com/cuneytozdemir/status/1110228082219274241, Erişim Tarihi: 29.03.2019.

Özöğretmen, Tuğba Dülger (2016). Ne yapmak istiyoruz' sorusunun peşinden gittik, www.mediacat.com: https://mediacat.com/can-oz-bagis-erten-socrates-dergi-almanya, Erişim Tarihi: 27.12.2018.

Pdf Nedir?. www.acrobat.adobe.com: https://acrobat.adobe.com/tr/tr/acrobat/about-adobe-pdf.html, Erişim Tarihi: 12.01.2019.

Pettenati, C. (2001). Electronic Publishing At The End Of 2001. Electronic Publishing At The End Of 2001: http://villaolmo.mib.infn.it/Manuscripts/10_ generalities/pettenati.pdf, Erişim Tarihi: 08.01.2019.

Philosophical Transacnons. https://www.pinterest.fr/pin/500744052293024240/?lp= true, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

Piksel boyutları ve yazdırılan görüntü çözünürlüğü. www.adobe.com.tr: https://helpx.adobe.com/tr/photoshop/using/image-size-resolution.html, Erişim Tarihi: 15.12.2018.

Price, Dan (2018). The Different Ebook Formats Explained: EPUB, MOBI, AZW, IBA, and More. www.makeuseof.com: https://www.makeuseof.com/tag/ebook-formats-explained/, Erişim Tarihi:07.01.2019.

Popular Science Monthly.https://poster-merchant.myshopify.com/products/vintage-magazine-cover-poster-popular-science-monthly-1872-collectors 24x36?utm_ medium=Social&utm_source=Pinterest, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

Propylaen, http://www.goethezeitportal.de/fileadmin/Images/db/wiss/goethe/ schnellkurs_goethe/k_8/propylaeen.jpg, Erişim Tarihi: 10.02.2019.

Punch, https://punch.photoshelter.com/image/I0000OSypjlVg8Lg, Erişim Tarihi: 01.10.2018.

Review, http://www.rarenewspapers.com/view/207535, Erişim Tarihi: 08.09.2018.

Samsung Galaxy Tab S4, https://www.samsung.com/tr/tablets/galaxy-tab-a-smp587/SM-P587NZKATUR/, Erişim Tarihi: 03.03.2019.

Read magazines with Apple News+. (2019). www.apple.com: https://support.apple.com/en-us/HT209514, Erişim Tarihi: 03.05.2019.

Shanklin, Will (2013). e-reader-comparison-2013. www.newatlas.com: https://newatlas.com/e-reader-comparison-2013/30047/#p246104, Erişim Tarihi: 25.02.2019.

Singel, Ryan (2010). Oct. 27, 1994: Web Gives Birth To Banner Ads. www.wired.com: https://www.wired.com/2010/10/1027hotwired-banner-ads/, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

Socrates Dergi. (2019). www.twitter.com: https://twitter.com/socratesdergi, Erişim Tarihi: 28.04.2019.

The Difference Between CMYK and RGB in Digital Printing. (2018). www.decalimpressions.com: https://www.decalimpressions.com/company-info/blog.html/article/2018/06/05/the-difference-between-cmyk-and-rgb-in-digital-printing, Erişim Tarihi: 09.01.2019.

Thy'nin uçak içi yayını skylife ipad'te. (2011). http://www.airnewstimes.com: http://www.airnewstimes.com/thy-nin-ucak-ici-yayini-skylife-ipad-te-11659-haberi.html, Erişim Tarihi: 03.03.2019.

Thy'nin Uçak İçi Yayını Olan Skylife Dergisi İpad'te: www.haberler.com. https://www.haberler.com/thy-nin-ucak-ici-yayini-olan-skylife-dergisi-ipad-2933075-haberi/, Erişim Tarihi: 15.03.2019.

Tunç Baran (2017). 4K Çözünürlük Hakkında Bilmeniz Gereken 4 Gerçek!. https://www.incehesap.com/blog/4k-cozunurluk-hakkinda-bilmeniz-gereken-4-gercek/, Erişim Tarihi: 02.12.2018.

The Gentlemen's Magazine, https://www.otago.ac.nz/library/exhibitions/18thc/cabinet11/index.html, Erişim Tarihi: 10.10.2018.

The Lady. (2009). Georgina Pattinson. http://news.bbc.co.uk/today/hi/today/newsid_7976000/7976953.stm, Erişim Tarihi: 02.09.2018.

The Spectator (2015). https://ayudahispano3000.blogspot.com/2015/10/publicaciones-por-ano-de-fundacion_31.html, Erişim Tarihi: 08.10.2018.

The Tatler, https://ocanasen.es.tl/Download-The-Tatler-book.htm, Erişim Tarihi: 09.09.2018.

Time. http://time.com/vault/year/1923/, Erişim Tarihi: 02.09.2018.

Turkcell'in Dergilik uygulaması globalleşiyor.www.marketingturkiye.com.tr: https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/turkcellin-dergilik-uygulamasi-globallesiyor/, Erişim Tarihi: 8.01.2019.

Vogue. (2017). Laird Borrelli-Persson. https://www.vogue.com/article/vogue-125-1892-2017-compare-and-contrast-now-and-then, Erişim Tarihi: 02.09.2018.

www.arredamentomimarlik.com. https://www.arredamentomimarlik.com/dergi/313, Erişim Tarihi: 07.01.2019.

www.britannica.com (Erişim Tarihi: 09.10.2018).

www.gmk.org.tr. http://gmk.org.tr/, Erişim Tarihi: 10.04.2019.

www.hbrturkiye.com. https://hbrturkiye.com/hakkinda. Erişim Tarihi: 07.03.2019.

www.internetarsivi.metu.edu.tr. www.internetarsivi.metu.edu.tr: http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php, Erişim Tarihi: 27.11.2018.

www.manifold.press. https://manifold.press/, Erişim Tarihi: 23.04.2019.

www.medyatava.com. https://www.medyatava.com/arama/dergi%20tirajlar%C4%B, Erişim Tarihi: 26.11.2016.

Wired ipad app sells 24000 copies in first 24 hours. www.wired.com: https://www.wired.com/2010/05/wired-ipad-app-sells-24000-copies-in-first-24-hours/, Erişim Tarihi: 13.08.2018.

Wired's iPad App: Finally Here, Still a Work in Progress. (2010). https://www.pcworld.com/article/197307/Wired_App.html, Erişim Tarihi: 13.08.2018

Wired American Magazine. www.britannica.com:https://www.britannica.com/topic/Wired, Erişim Tarihi: 05.03.2019.

Yazılı Medya İstatistikleri. (2018). www.tuik.gov.tr: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27605, Erişim Tarihi: 25.12.2018.

Yılmaz, Volkan (2008). En yeni teknoloji dergisi 'Log'. www.log.com.tr: https://www.log.com.tr/en-yeni-teknoloji-dergisi-log/, Erişim Tarihi: 02.02.2019.

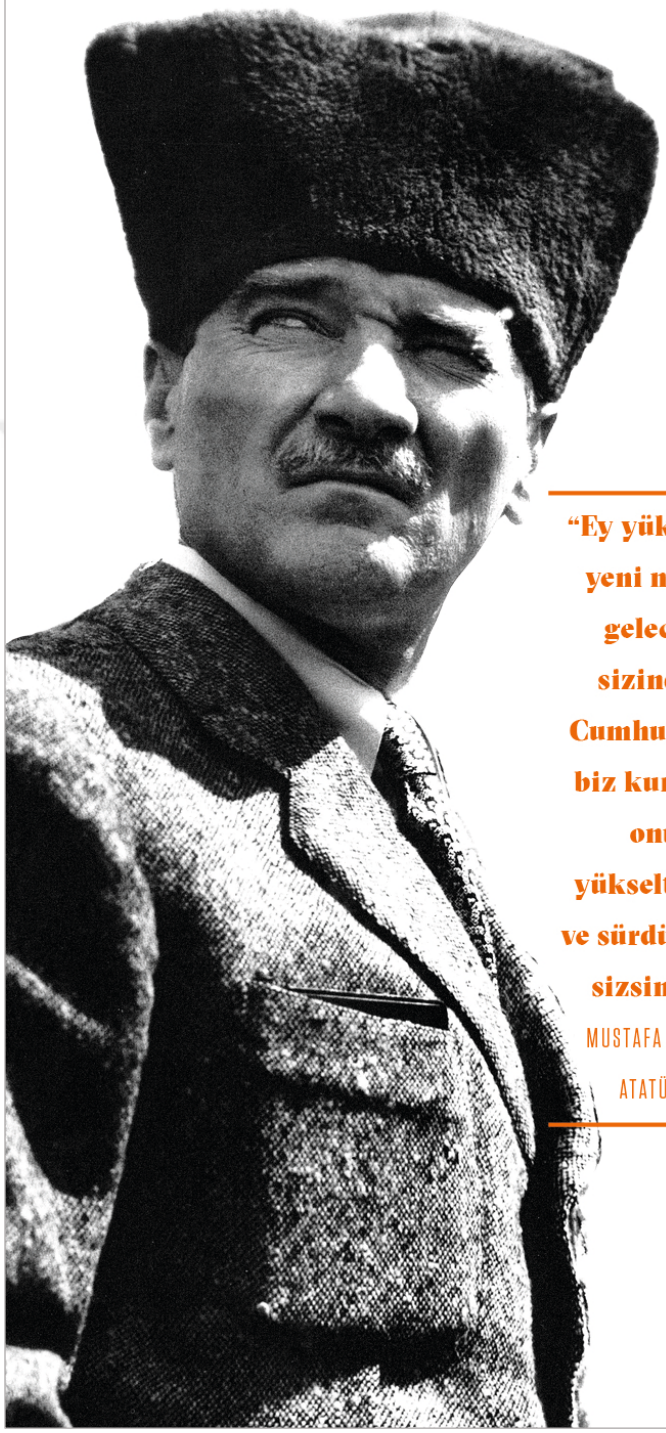
Yılmaz, Volkan (2010). Microsoft-tag-1-yasinda. www.log.com.tr: https://www.log.com.tr/microsoft-tag-1-yasinda/, Erişim Tarihi: 02.02.2019

2019 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri: www.dijilopedi.com. https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/, Erişim Tarihi: 10.04.2019.

EKLER

***Akdeniz'den* Dergisi Basılı Edisyonu**





“Ey yükselen yeni nesil, gelecek sizindir. Cumhuriyeti biz kurduk; onu yükseltecek ve sürdürecek sizsiniz.”

MUSTAFA KEMAL ATATÜRK

ISSN 2645-8977
Yerel Süreli Yayındır
Sayı: 10 / Ocak 2019

Akdeniz Üniversitesi
Adına İmtiyaz Sahibi:
Rektör
Prof. Dr. Mustafa ÜNAL

Genel Yayın Yönetmeni
Prof. Dr.
Mehmet ALTUNKAYA

Sorumlu Yazı İşleri
Müdürü ve Editör
Öğr. Gör.
Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ

Haber Sorumlusu
Gülsüm ERKAN

Foto-Muhabir
Abdullah ÇELİK

Grafik Tasarım
Bilge YÜKSEL KİRİŞCAN

Fotoğraf
Serdar DAKAK

Katkıda Bulunanlar
Burcu ŞAHİN
Özlem ÇETİN

Basım ve Cilt
AÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Basımevi
Dumlupınar Bulvarı 07058
Kampüs Antalya/TÜRKİYE
T: +90 (242) 310 66 49

Yönetim Yeri
Akdeniz Üniversitesi Rektörlüğü, Basın ve Halkla İlişkiler Şube Müdürlüğü
Dumlupınar Bulvarı 07058,
Kampüs/ANTALYA
T: +90 (242) 310 1980
F: +90 (242) 227 5998
hiliskiler@akdeniz.edu.tr

EDİTÖRDEN



FATMA YİĞİT AÇIKGÖZ
MESAJ GÖNDER

"Hayatı insanlar için yaşanılır kılan veya işkenceye dönüştüren kişinin kendi yaptığı seçimlerdir."

JEAN PAUL SARTRE

Hayatımız boyunca milyonlarca tercih yaparız. Hangi okulda okuyacağımız, kimlerle arkadaşlık yapacağımız, eşimiz, işimiz, yaşayacağımız şehir vs. gibi bu tercihler uzar gider. Tercihlerimizin sonuçları kimi zaman bizi anlık kimi zaman ömürlük mutlu ederken kimi zamanda pişman eder. Ancak insanoğlu, sonucu kendini tatmin etmeyen tercihlerinin sorumluluğunu almayı bir türlü kabullenemez ve çoğu zaman başka bir suçlu arar. Bu suçlu kimi zaman yöneticimiz, kimi zaman arkadaşımız, kimi zaman ailemiz doğrudan muhatap bulamadığımız zaman da kaderin ta kendisidir. Başkalarını veya içinde bulunulan koşulları suçlamak, kendi yaptığımız seçim ya da eylemlerin sorumluluğunu almamak adına başvurulan en kolay yoldur aslında. Olumlu eylemlerimizi sahiplenip, olumsuz sonuçlardan kendimizi muaf tutmak, belki en kolay yol ama insanın kendisine yaptığı en büyük haksızlık da aynı zamanda. Çünkü seçimlerinin sorumluluğunu alamayan kişi harekete geçmek ve hayatının yanlış giden yerlerini düzeltmek yerine başkasını suçlamakla meşgul olduğu için öylece durmakla yetinir. Başarıya ulaşmak isteyen kişi ise hayatı boyunca binlerce tercih yapar sonucu iyi ya da kötü olsun her tercihi onu bir adım ileri taşır. Tercihlerinin sonucu iyiyse zaten herkes tarafından onaylanır, alkışlanır eğer kötüyse de kişi o seçimlerinden dersler çıkarır ve hayatının akışına ona göre yön verir. Hatalarını kabul edip düzeltme yoluna giden kişi yanlış olarak görülen seçimleri sayesinde müthiş bir deneyim sahibi olur. En kalıcı öğrenme de, deneyimleyerek edinilen bilgi değil midir zaten? Başarıları ile ön planda olan insanları, yerlerinde sayan insanlardan ayıran en büyük fark, yılmadan yorulmadan tekrar tekrar denemeleri ve bu süreçteki başarısızlıklardan ders çıkarabilecek olgunluğa sahip olmalarıdır.

Bu noktada Graham Brown'un çok sevdiğim bir sözüne değinmeden geçemeyeceğim; "Hayat seçimlerle ilgilidir. Bazılarından pişmanlık duyarız bazılarından ise gurur. Bazıları ise sonsuza dek bizimle kalır. Önemli olan şu ki biz olmayı seçtiğimiz şeyiz." Evet biz olmayı seçtiğimiz şeyiz aslında. En ufak bir sorunda pes edip suçu koşullarda ya da kişilerde arayan biri mi yoksa başarıya giden yolun engebeli olacağını bilip yılmadan yorulmadan yoluna devam eden biri mi?

İş hayatında, özel hayatımızda ve sosyal hayatımızda yaptığımız tercihler bir yana, bu dünyada yapılan en büyük seçim, iyi insan mı yoksa kötü insan mı olmak istediğimizin kararını vermektir. Yeni yıl yeni başlangıçlar ve yeni tercihler demek. Umarım 2019 yılı, tercihlerini iyiliklerden yana kullanan insanların sayısının hızla çoğaldığı bir yıl olur.

Mutlu yıllar...

İÇİNDEKİLER

Rektörlük



05

Akdeniz Üniversitesi'nde Akademik Tören

006 Akdeniz Üniversitesi'ne Son Teknoloji Cihaz

007 Rektör Ünal, Topluluk Tanıtım Günlerinde Öğrencilerle Buluştu

008 Atatürk ve Ermeni Meselesine Bakış Konferansı İlgi Gördü

009 Üniversite İle ATSO Arasında İşbirliği

010 15 Temmuz Şehit ve Gazi Ailelerinden Rektör Ünal'a Ziyaret

011 Rektör Ünal Engelli Öğrencilerle Bir Araya Geldi

012 Uluslararası III. Türk-Alman Sempozyumu 100 Yıl Öncesine Mercek Tuttu

013 "Üniversitelerde Güvenlik Tedbirleri" Toplantısı Yapıldı

013 Akademik Teşvik Ödeneği Yönetmeliği Toplantısı

014 Çevre Hizmet Ödül Töreni Gerçekleştirildi

016 Akdeniz Üniversitesi'nde Engelsiz Bir Gün

17 Akdeniz Üniversitesi'nde Cumhurbaşkanlığı Kariyer Etkinlikleri Toplantısı



18

Çevre Hizmet Ödül Töreni Gerçekleştirildi

Başarılar

20 Akdeniz Üniversitesi'nden Büyük Başarı

21 Badminton Şampiyonu Zehra Certel

21 Mühendislik Öğrencileri Rüzgar Gibi Esti

22 Manavgat Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Şampiyon Oldu

22 Akdeniz Üniversitesi En Çok Haber Olan Devlet Üniversitesi Oldu

23 Akdeniz Üniversitesi Öğretim Üyesine 'Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı Ödülü'



12

Akdeniz Üniversitesi Öğretim Üyesine 'Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı Ödülü'

Sağlık

28 Akdeniz Üniversitesi Hastanesi'nde Dünya Diyabet Günü Kutlandı



13

Diş Hekimi Adaylarından Miniklere Diş Kontrolü

29 Diş Hekimi Adaylarından Miniklere Diş Kontrolü

30 Türkiye'nin Besin Alerjisi Haritası Çıkarıldı

31 'Sağlık İçin Harekete Geç'

31 Turizm Fakültesi'nde Sağlık Turizmi Konuşuldu



14

Hekimliğe İlk Adım

34
1 Yılda 227 Hasta Sağlığına Kavuştu
34
Canlı Yayında Karaciğer Nakli
35
Beyin Pili Nörolojik Hastalıklara Umut Oldu
36
Bel Okulu Eğitime Başladı
37
Dünya Diş Hekimliği Günü Kutlandı
37
Doktor Adaylarından Huzurevinde Sağlık Taraması

Röportaj



15

Diş Hekimliği Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Alper Kuştarcı İle Röportaj

Haberler



16

Bisiklet Tutkunları Akdeniz'de Buluştu

42
Üniversitede Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Konuşuldu
43
Bisiklet Tutkunları Akdeniz'de Buluştu
44
3. Bitki Islahı Proje Pazarı Growtech Tarım Fuarı Gerçekleştirildi
45
8. Uluslararası Gerontoloji Sempozyumu Gerçekleştirildi
46
İletişim Fakültesi 'Senin de Bir Ağacın Olsun!' Dedi
46
Akdeniz Üniversitesi'nde "Devfest Antalya 2018 Konferansı"
47
Akdeniz Üniversitesi'nde Futbol Söyleşisi
47
Geleceğin Turist Rehberleri Eğitim Gezisinde
48
Ali Himmet Berki Sempozyumu Gerçekleştirildi
49
ATSO Başkanı Çetin: Yetişmiş Ara Elemana İhtiyaç Var
50
Elmalı MYO İtfaiyecileri İlk Tatbikatlarını Yaptı
50
Öğrencilere İş Hayatında Sorunlar ve Çözüm Öneriteri Semineri
51
II. Senex Lisansüstü Yaşlılık Çalışmaları Kongresi Gerçekleştirildi
52
Eskiler İletişim Fakültesi'nde Hayat Buluyor
52
Hemşire Adaylarına İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi
53
İnternet Dünyasında Değişim Yeni Başlıyor
54
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda Drone Eğitimi
55
Mağara Kaşifleri Sempozyumda Buluştu
56
Üniversitede İdeal Gençlik Söyleşisi
57
Ziraat Fakültesi'nde Hassas Tarım Uygulaması

2018 Özel



17

Başarılarla Dolu Bir Yıl



Akdeniz Üniversitesi'nde Akademik Tören

Akdeniz Üniversitesi'nde 2018 yılında akademik ünvan alan, ünvanı yükseltilen ve kadroya atanan öğretim üyeleri ve emekli olan öğretim üyelerine teşekkür için "Akademik Tören" düzenlendi.

Akdeniz Üniversitesi Atatürk Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen törene Akdeniz Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Ünal, Rektör Yardımcıları Prof. Dr. Erol Gürpınar, Prof. Dr. Mehmet Altunkaya, Prof. Dr. Ahmet Ögke, Prof. Dr. Eyüp Sabri Topal, Genel Sekreter Ali Serinoğlu, fakülte dekanları, öğretim üyeleri ve aileleri katıldı.

Törende konuşan Rektör Prof. Dr. Mustafa Ünal, üniversitelerin nitelikli ve kaliteli nesiller yetiştirmenin yanı sıra bilimsel araştırmalarla toplumsal gelişime katkılar sunmak gibi temel görevlerinin bulunduğunu söyledi.

Prof. Dr. Mustafa Ünal, "Üniversitelerin bu önemli görevleri yerine getirmesinde en önemli yapı taşları ise bilime ve eğitime kendini adamış siz bilim insanlarıdır. Mesleğinde yetkin, evrensel değerlere ve insan haklarına saygılı siz değerli akademisyenlerimizin ortaya koyduğu başarılı çalışmalar sadece üniversitemizin değil ülkemizin de bugününü ve geleceğini şekillendirmektedir." dedi.

Akdeniz Üniversitesi ailesinin ferdi olan herkesin ortak amacının eğitim kalitesini yükseltmek, bilgiyi ve bilimi şehre, bölgeye ve tüm insanlığın hizmetine sunmak ve toplumsal sorunlara duyarlılık göstermek olduğunun altını çizen Prof. Dr. Ünal, bu amaçlar doğrultusunda gecesini gündüzüne katarak ülkesi ve insanlık için durmadan çalışan değerli bilim insanlarıyla aynı yolda yürümekten onur ve gurur duyduğunu aktardı.

Biniş giyecek hocalarımızı şimdiden tebrik ediyorum." ifadelerine yer verdi.

Törende, 42 öğretim üyesi profesör, 91'i doçent, 70'i doktorluk binişi giydi. Unvan alan akademisyenlere





Üniversite hayatında kariyer yapmanın ne kadar yoğun bir çaba gerektirdiğini herkesin yakından bildiğini dile getiren Prof. Dr. Ünal, "Bu zor ve emek isteyen yolculuğun en keyif veren tarafı ise hedeflenen başarıya ulaşmaktır. Bugün hedefine ulaşan değerli hocalarımız için müstesna bir gün. Onlar emeklerinin karşılığını birazdan giyecekleri akademik binişlerle elde edecekler.





Rektör Ünal Engelli Öğrencilerle Bir Araya Geldi

Akdeniz Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Ünal, Üniversitede okuyan engelli öğrenciler ile bir araya geldi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Tesisleri'nde düzenlenen programa Rektör Prof. Dr. Mustafa Ünal, Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Ahmet Ögke, Engelli Öğrenci Birimi Koordinatörü Dr. Öğr. Üyesi Emel Sardohan Yıldırım ile engelli üniversite öğrencileri katıldı.

Sıcak bir sohbet ortamında geçen etkinlikte konuşan Rektör Ünal, engelli öğrencilerin üniversite eğitimini en iyi şekilde almaları, başarılı ve mutlu bir şekilde mezun olmaları için çalıştıklarını söyledi.
Her yönüyle engelsiz bir kampüs hedeflediklerini söyleyen Rektör Ünal, "Kampüse girdiğiniz andan itibaren sizler bize emanetsiniz. Hatta Kampüs dışında dahi karşılaştığınız engeller için bizim yapabileceğimiz bir şey olursa hiç çekinmeden bizimle iletişime geçebilirsiniz. Sizler için elimizden geleni yapacağımıza hiç şüpheniz olmasın." diye konuştu.

Engeller konusunda kampüsün eksiklerinin her geçen gün tamamlandığına değinen Rektör Ünal, Yükseköğretim Kurumu tarafından düzenlenecek Engelsiz Üniversite Bayrak Ödülleri için de 12-19 Mart tarihlerinde başvuru yapacakları bilgisini verdi. Yarışmada Akdeniz Üniversitesi olarak ödül almayı bekliyoruz.





Rektör Ünal, "Bizler engelli öğrencilerin eşit ve adil şekilde eğitim almaları için çalışıyoruz. İnanın bizim için en büyük ve en anlamlı ödül sizleri memnun ederek yüzünüzde içten bir gülümseme görebilmek. Bu anlayışla hareket ettiğimiz için farklı ödüllere layık görülürsek de bunun sevincini yine hep birlikte yaşarız." ifadelerini kullandı.
Etkinlik sonunda engelli öğrenciler, istek ve önerilerini bizzat dinleyerek kendileriyle son derece samimi bir iletişim kuran ve engelli öğrencilerin kampüse adım attığı andan itibaren sorunsuz bir şekilde eğitimini sürdürmesi için öğrencilerin istek ve önerilerine her zaman açık olduklarını dile getiren Rektör Ünal'a teşekkür etti.



Atatürk ve Ermeni Meselesine Bakış Konferansı İlgi Gördü

Akdeniz Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi tarafından Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün vefatının 80. yıl dönümünde 'Atatürk ve Ermeni Meselesine Bakış' isimli konferans düzenlendi.

Akdeniz Üniversitesi Atatürk Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen konferansa Akdeniz Üniversitesi Rektör Yardımcıları Prof. Dr. Erol Gürpınar, Prof. Dr. Eyüp Sabri Topal ile çok sayıda akademisyen ve öğrenci katıldı.

Konferansın açılış konuşmasını yapan Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Müdürü Doç. Dr. Ahmet Köç, "Mustafa Kemal Atatürk gerek konuşmaları, gerekse uygulamaları ile Türk milletini medeniyet yolunda durmadan, yılmadan ilerletmek istemiştir. Bu yüzden dünya liderleri içerisinde askeri zekası, devlet adamlığı, inkılapçılığı ve cesaretiyle ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Onun bıraktığı mirası yeni nesillere taşımak, bizlerin en temel görevidir." dedi.

Akça, her yıl Ermeni Diasporası tarafından yeniden gündeme getirilen 24 Nisan 1915 tarihinin esasında tehcir tarihi olmadığını, Ermenilerin Van'ı tümüyle yakıp yıktığı Van Ayaklanması'ndan ve süregelen diğer ayaklanmalardan sonra Osmanlı Devleti'nin bir tedbir olarak aldığı kararların tarihi olduğunu belirtti. Zihinlerde netleşmesi gereken bu tarihin Tehcir Kanunu'nun çıktığı tarih ile bilinçli olarak karıştırıldığını ifade eden Akça, bu tarihin esasında ayaklanma başlatan Ermeni komitacılarının tutuklanıp sürgüne gönderildiği tarih olduğunun altını çizdi.

Konferansın ardından Prof. Dr. Bayram Akça'ya, Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Erol Gürpınar tarafından teşekkür çiçeği takdim edildi.



Konferansa Atatürk'ün Ermeni meselesiyle karşılaştığı ilk yer olan Almanya'da yaşanan bir anekdotla başlayan Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Tarih Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Bayram Akça; anekdotun Atatürk'ün Ermeni meselesine dair tavizsiz ilk tavrını göstermesi bakımından önemli olduğunu ifade etti.





GÜNKAF'19

GÜNEY KARİYER FUARI

Cumhurbaşkanlığı himayelerinde, Akdeniz Üniversitesi'nin evsahipliğinde, Batı Akdeniz Bölgesindeki 8 üniversitenin ortaklığıyla düzenlenen Güney Kariyer Fuarı (GÜNKAF) yoğun ilgi gördü.

Akdeniz Üniversitesi ev sahipliğinde, Mimar Sinan Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilen GÜNKAF'da, bakanlıklardan kamu kurumlarına, turizm alanında faaliyet gösteren sektörlerden eğitim kurumlarına kadar çok sayıda kurum ve kuruluş stant açtı. İki gün süren fuarda, binlerce öğrenci ve mezun, hem staj hem de iş için stant açan firmalara ve kamu kurumlarına başvuru yaptı.

Açılışa Vali Münir Karaloğlu, Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanı Doç. Dr. Salim Atay, Akdeniz Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Ünal, böldedeki diğer üniversitelerin rektörleri, öğretim üyeleri ve çok sayıda öğrenci katıld

Binlerce öğrencinin katılım gösterdiği fuarda, firmalara ve kamu kurumlarına da binlerce iş ve staj başvurusu yapıldı. Toplamda 250 firmanın katılımıyla 8 üniversiteden 15 binden fazla öğrenciyi ağırlayan GÜNKAF'ta 100'den fazla etkinlik ve eğitim gerçekleştirildi.

Fuarın açılışında konuşan AÜ Rektörü Prof. Dr. Mustafa Ünal, 'Geleceğimizi şekillendirecek nesilleri yetiştirmek yükseköğretim kurumlarının asli görevleridir. Sorumluluğunun ne kadar önemli olduğunun bilinciyle hareken eden Akdeniz Üniversitesi ailesi olarak bizler; ülkemizi ve üniversitemizi her platformda başarı ile temsil edecek, sağduyulu, ilkeli, alanında uzmanlaşmış, nitelikli bireyler yetiştirmek gayesi içinde var gücümüzle çalışmaktayız. Bu amaç doğrultusunda bugün bir arada olmamızı sağlayan ve hem öğrencilerimizin hem de mezunlarımızın kariyer planlamasına yardımcı olacak Akdeniz'in en kapsamlı Fuarına ev sahipliği yapmaktan da büyük bir mutluluk duyuyorum.' diye konuştu.

İstihdam fuarlarının 87 üniversitenin katılımıyla 8 bölgede düzenlendiğini aktaran Atay, İstanbul ve Ankara gibi iş fırsatlarının çok olduğu kentleri değil, fırsatlardan tam olarak yararlanamayan bölgeleri tercih ettiklerini dile getirdi.





Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi Başkanı Salim Atay, Akdeniz Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen GÜNKAF'ın, düzenledikleri kariyer fuarlarının içinde en yüksek şirket ve öğrenci katılımlı organizasyon olduğunu belirterek, organizasyonda emeği geçenleri tebrik etti.





DOÇ.DR. HALİL DEMİR
A.Ü. ELMALI MYO
MÜDÜRÜ

KÖŞE YAZISI

Organik Ürün İstiyoruz, Organik Tüketiyor Muyuz?



Son yıllarda güvenilir gıda ürünleri konusunda belirli bir bilinç düzeyinin oluştuğu, buna bağlı olarak da tarımsal üretimde değişik önlemlerin alındığı, desteklemelerin yapıldığı bilinmektedir. Geçtiğimiz hafta çiftçilere 490 milyon liralık destekleme yapılacağı açıklandı. Bu kapsamda organik üretim, biyolojik ve biyoteknik mücadele uygulamaları da yer alıyor.

Yazının daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle teknik ifadelerin ne anlama geldiğini açıklayalım. "Zararlıların üzerinde etkili olan bazı yapay veya doğal maddeleri kullanarak normal özelliklerini bozmak suretiyle uygulanan yöntemlere "Biyoteknik Yöntemler" adı verilir. Böceklere karşı kullanılan tuzaklar bunlardan bazılarıdır. Bir canlı etmenin, başka bir canlı etmenin yoğunluğunun baskı altında tutulması amacıyla kullanılmasına ise "biyolojik mücadele" denilir. Zararlı böceklere karşı avcı böceklerin kullanılması buna bir örnektir.

Tarımsal üretimde sağlıklı gıda için biyoteknik ve biyolojik mücadele yöntemleri her geçen gün yaygınlaşıyor. Yapılan desteklemelerde bu yöntemlerin kullanılmasına katkı sağlıyor. Açık alandaki üretimlerde dekara 50 TL biyoteknik, 50 TL de biyolojik mücadele yani paket olarak toplam dekara 100 TL destek veriliyor. Örtüaltı üretiminde ise bu kalemlerdeki destekleme biraz daha fazla. Dekara biyoteknik mücadele desteği 120 TL iken biyolojik mücadele desteği 400 TL. Paket olarak rakam 520 TL'ye çıkıyor.

Sağlıklı üretim açısından ülkemizde önem verilen diğer uygulamalar arasına iyi tarım uygulamalarını ve entegre mücadele yöntemlerini de koyabiliriz. Bu alanlarda da meyve, sebze, su ürünleri, hayvancılık ve tarla bitkilerinde önemli desteklemeler yapılıyor.
İyi tarım uygulamaları, entegre mücadele gibi üretim yöntemlerinde gelişmeler yaşanırken, bir yandan da organik üretim sürekli gündemde tutulmaya çalışılıyor. Bu yöntemler hem geleneksel tarım hem de organik tarım kapsamında kullanılıyor. Organik tarımda daha fazlası var. Organik ürün tamamen doğal bir üründür.
Organik tarımı ister su ürünleri, ister arıcılık, ister hayvancılık ve isterse de bitkisel üretim olsun; üretimden tüketime kadar kimyasal ilaç, gübre, hormon ve GDO'lu girdi kullanılmadan her aşaması kontrollü ve sertifikalı üretim biçimi şeklinde kısaca tanımlayabiliriz.

Tarım Bakanlığı alan bazlı desteklemeler içerisinde organik tarımda 74 ildeki 51 bin 443 üreticiye 143,7 milyon liralık destek ödemesinde bulunulacağını açıkladı. Organik üretimin gelişmesi için desteklenmesini ve hatta destek miktarlarının arttırılması önemsiyorum. Ancak bu işin tüketim kısmında da bazı adımların atılması gerekmiyor mu?

Türkiye'de organik üretim ihracata yönelik yapılmak durumunda kalıyor. Ürünlerimizin büyük bölümü özellikle ekonomik gelişmişlikleri daha iyi ülkelere gönderiliyor. Organik ürünlere en yüksek harcama yapanlar İsviçre, Lüksemburg, Almanya gibi ülkeler.

Ülkemizde üretilen bazı organik ürünler yurt dışına satılamadığı durumlarda iç pazarda değerlendirilmek isteniyor. Ancak organik ürünler ile geleneksel yöntemlerle üretilen ürünler arasında satışta fiyat farklılığı olmadığı durumlarda üreticiler zarar ediyor. Çünkü organik üretim sağlıklı ve kaliteli üretim olmasına rağmen verim bakımından düşük kalıyor. Verim düşük olunca gelir de düşük oluyor. Bu durumda organik tarım yapan üreticiler vazgeçmek durumunda kalıyor.

Türkiye'de organik üretimin yanında organik tüketimin teşvik edilmesi yerine geleneksel üretim bazı haberler ve söylemler aracılığıyla yıpratılıyor. Halbuki organik tüketimin teşvikine yönelik çalışmaların da yoğun şekilde yapılması gerekiyor. Haber programlarında, tartışmalarda, sağlıklı gıda konusunda bilinçlendirme çalışmalarında bunlara dikkat edilmelidir. Büyük marketlerin hemen hemen hepsinde organik ürün bölümleri bulunuyor. Ancak bu bölümlere ilginin olmadığı açıkça görülebiliyor. Tüketicilerin de bu konuda duyarlı olması gerekiyor. Organik ürün isteyenler organik ürün satın alsalar sektör daha hızlı gelişebilir.

Son olarak tarım adına sürekli konuşan tarım dışı kişilere değinmeden geçmek istemiyorum. Onkoloji ve diğer sağlık alanlarında çalışan bazı medyatik bilim adamları, kendi ürünlerini satmak isteyen kişiler ekranlarda her daim tarım ürünleri hakkında olumsuz yorumlar yapabiliyorlar. Cümle içerisinde organik ifadesini geçirip geleneksel tarıma darbe vurmak demek, organik üretimi teşvik etmek anlamına gelmez. Tarım ürünleri konusunda sert ifadeler kullanan kişilerin neredeyse tamamı tarımın içinde olmayan kişiler.
Bu da biz tarımcılara ders olmalı. Kimse kusura bakmasın, bizler çıkıp bildiklerimizi söylemezsek birileri bizim adımıza konuşur.

Son söz: Sağlıklı gıda, organik ürün istiyoruz. Peki organik ürün tüketiyor muyuz?



Akdeniz Üniversitesi Öğretim Üyesine ‘Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı Ödülü’

Akdeniz Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hilal Erkuş Öztürk, TÜBA 2018 Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı (GEBİP) Ödülü’ne layık görüldü.

Üstün başarılı bilim insanlarını ve bilimsel çalışmalarını teşvik, takdir ve ödüllendirme misyonu kapsamında her yıl verilen "TÜBA 2018 Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı Ödülleri (GEBİP)" açıklandı. TÜBA Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı (GEBİP) Ödülü'nü almaya hak kazanan bilim insanları arasına girerek önemli bir başarıya imza atan Akdeniz Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hilal Erkuş Öztürk, Şehir ve Bölge Planlama alanında yaptığı başarılı çalışmalarla ödüle layık görüldü. Prof. Dr. Hilal Erkuş Öztürk'ün aldığı ödül, TÜBA-GEBİP ödüllerinde Şehir ve Bölge Planlama alanında alınan ilk ödül oldu. Beştepe Millet Kongre ve Kültür Merkezinde gerçekleştirilen törende Cumhurbaşkanı Sayın Recep Tayyip Erdoğan, Prof. Dr. Hilal Erkuş Öztürk'e ödülünü takdim etti.

TÜBA-GEBİP Ödülleri; Doğa, Mühendislik, Sağlık Bilimleri ile Sosyal Bilimler alanlarında çalışan üstün başarılı genç bilim insanlarını, bilimsel çalışmalarını Türkiye'de sürdürmeleri, kendi çalışma gruplarını oluşturmaları, Türkiye kaynaklı uluslararası düzeyde nitelikli proje ve yayınlarını ödüllendirme ve teşvik amacıyla 2001'den beri veriliyor.



Akdeniz Üniversitesi En Çok Haber Olan Devlet Üniversitesi Oldu



Akdeniz Üniversitesi 2018 yılında 94 bin 431 haber ile medyada en çok habere konu olan üniversite oldu.

Türkiye'de bulunan yüzden fazla devlet üniversitesi arasında yer alan Akdeniz Üniversitesi geçtiğimiz 2018 yılında basında en çok yer alan devlet üniversitesi oldu. Medya takip ajanslarına yansıyan raporlarda 2018 yılında Akdeniz Üniversitesi 19 bin 696 yazılı bazın, 3 bin 45 televizyon ve 71 bin 690 internet haberi ile toplam 94 bin 431 haber ile gündemde yer aldı.

24 Fakülte, 7 Enstitü, 1 Yüksekokul, 1 Konservatuar, 12 Meslek Yüksekokulu ve 57 adet araştırma ve uygulama merkezi ile eğitim, araştırma alanında çalışmalarına devam eden Akdeniz Üniversitesi yapmış olduğu ulusal ve uluslararası bilimsel, sosyal ve kültürel etkinlikler ile yıl boyunca birçok habere konu olurken, sosyal medyada fenomen olan Rektör Prof. Dr. Mustafa Ünal da yıl boyunca sosyal medya üzerinden yaptığı yazışmalar ve esprili cevapları ile gündeme geldi.



Hekimliğe İlk Adım

Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi'nin geleneksel olarak düzenlediği "Beyaz Önlük" giyme töreninde bu yıl üniversiteye giriş yapan birinci sınıf öğrencisi 265 hekim adayı beyaz önlüklerini giyerek hekimlik yolunda ilk adımlarını attı.

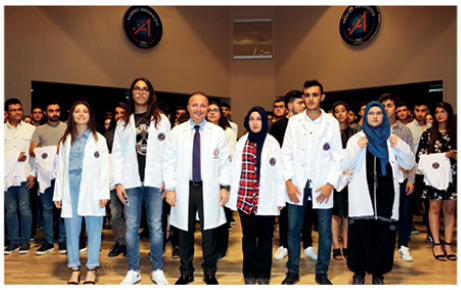
Akdeniz Üniversitesi Atatürk Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen törene, Akdeniz Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Ünal, Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Erol Gürpınar, Tıp Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Gülay Özbilim, Tabib Odası Başkan Vekili Dr.Aydan İzgi, öğretim üyeleri, öğrenci velileri ve öğrenciler katıldı.

Akdeniz Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Ünal, "Tarihin ilk dönemlerinden itibaren her toplumda kutsal bir meslek olarak görülen hekimlik mesleğini seçen ve bu eğitimi Akdeniz Üniversitesi'nde almaya hak kazanan siz değerli öğrencilerimizi canı gönülden kutluyor üniversitemize hoş geldiniz diyorum. Özel ve kutsal bir meslek olan hekimlik mesleğine bugün beyaz önlüğünüzü giyerek ilk adımınızı atıyorsunuz. Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün "Beni Türk hekimlerine emanet ediniz." sözünün size yüklediği sorumluluk bilinciyle adaletli, vicdanlı hekimler olarak insanlığa en iyi şekilde hizmet etmelisiniz. Hasta ve insan psikolojisini göz önünde bulundurarak halden anlayan bir hekim olabilmek için sadece tıp alanında değil edebiyat, iletişim ve sosyoloji gibi alanlarda da mutlaka kendinizi geliştirmelisiniz. Bunun için eğitim kalitesi, bilimsel başarıları ve topluma sunduğu hizmet ile kurulduğu günden bu yana kendini kanıtlamış ve özellikle sağlık alanında bir marka haline gelmiş üniversitemizin tüm imkanlarından faydalanabilirsiniz." diye konuştu.

Tıp Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Gülay Özbilim ise; "Tıp eğitimimizin amacı tüm toplumun sağlık düzeyini yükseltecek hekim ve uzman hekimler yetiştirmektir. Hekimlik bilgi ve sanatın beraber uygulandığı bir meslektir. İyi bir hekim hem konusunda bilgili olmalı hem de bilgisini uygulamaya dönüştürebilen bir sanatkar olmalıdır. Sevgili öğrenciler sizler zorlu bir sınav yolculuğu sonunda Tıp Fakültemizi kazandınız. Atatürk gençliğine yakışır bir hekim olarak yetişmeniz temennimizdir. Temizliği ve onuru temsil eden beyaz renk hekimliğin simgesidir. Beyaz önlüğünüzü giydiğiniz bu günden itibaren sorumluluğunuzun farkında olarak akıl ve bilimi rehber edinerek 6 yıllık tıp eğitiminizi sağlıklı ve başarılı bir şekilde tamamlamanızı diliyor sevgi ve saygılarımla hepinizi selamlıyorum." dedi.

Tören sonunda öğretim üyeleri tarafından tıp öğrencilerine beyaz önlükler giydirilmesinin ardından toplu fotoğraf çekimi gerçekleştirildi.







RÖPORTAJ



Diş Hekimliği Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Alper Kuştarcı:

"Birkaç Yıl İçinde Ülkemizin Diş Tedavisi Alanında En Önemli Kurumlarından Biri Olacağız"

Değerli Akdeniz'den okurları; dergimizin bu sayısındaki röportajımıza Diş Hekimliği Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Alper Kuştarcı'yı konuk ettik.

Akdeniz Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi bünyesinde kaç tane anabilim dalı var, verilen tedavi hizmetlerinden kısaca bahsedebilir misiniz?

Fakültemizde Klinik Bilimler Bölümü altında 8 adet anabilim dalı bulunmaktadır. Tüm anabilim dallarımızda çağın gerektirdiği tüm tedaviler en modern cihazlarla en iyi hekimler tarafından yapılmaktadır. Fakültemizde şu an 2 Profesör, 14 Doçent, 12 Doktor Öğretim Üyesi, 5 Öğretim Görevlisi ve 73 araştırma görevlisi bulunmakta. Anabilim dallarımıza bakacak olursak; Ağız Diş ve Çene Radyolojisi AD, hastalarımızın fakülteye ilk başvurularında muayenelerinin yapıldığı bölümdür. Ağız Diş Çene Kliniği ve Radyoloji Kliniği olarak çalışan bu iki ayrı klinikte, diş çürüğü, dişeti hastalıkları, diğer hastalıkların ağızda oluşturabildiği bazı değişiklikler ve ağızda ve çenelerde meydana gelen hastalıkların teşhisleriyle ilgilenilmektedir. Ağız Diş ve Çene Cerrahisi AD dişlerin normal ve cerrahi çekimleri, gömülü diş operasyonları, implant yerleştirilmesi, çene kist ve tümörlerinin operasyonları ve rekonstrüksiyonu, Protez öncesi cerrahi operasyonları, çene-yüz kırıklarının cerrahi tedavileri, ortognatik cerrahi operasyonları ve çene eklemi operasyonları gibi çene-yüz bölgesi ile ilgili operasyonların yapıldığı bilim dalıdır. Çocuk Diş Hekimliği AD, çocukların tedavi ve koruyucu diş hekimliği işlemlerinin yapıldığı bilim dalıdır. Bu AD, ortodonti hariç çocuk diş tedavilerini kapsar. Endodonti AD, pulpa ve periapikal kaynaklı ağrıların tedavisi, pulpa kaplaması ve amputasyonu gibi vital pulpa tedavileri, kök kanal tedavisi, pulpa kaynaklı patolojik dokuların cerrahi olarak uzaklaştırılması, avulse (yerinden çıkan) dişlerin replantasyonu (yerine konması) gibi tedavi işlemleri yapılmaktadır.Ortodonti AD, çocuklar ve yetişkin bireylerin diş ve çene yapılarında meydana gelen bozuklukların teşhisi, tedavisi ve önlenmesi için uğraşan bir bilim dalıdır. Dişlerin ve çenelerin pozisyonlarını, ortodontik tedavi için hazırlanmış çeşitli aygıtlar ve teller yardımıyla düzeltir. Periodontoloji AD, ağız hijyen motivasyonu, diş taşı temizliği, dişeti iltihapları, dişeti büyümeleri, diş ve dişeti iltihaplarının kombine tedavileri, erken ve geç dönemde görülen periodontal hastalıklar, diş eti çekilmeleri, periodontal hastalığa bağlı diş mobilitelerinin tedavisi, sistemik, hormonal ve genetik hastalıklara bağlı ağız içi bulgularının tanısı ve diş eti hastalıklarının tedavisi ile klinik ve temel tıp bilimlerine yardımcı olmaktadır. Protetik Diş Tedavisi AD, dişlerin şekil, form bozukluklarını ve diş eksikliklerinin teşhisini, tedavi planlamasını, rehabilitasyonunu, oral fonksiyonların tamamlanmasını ve okluzyonun düzenlemesinin yanı sıra hastanın görüntüsünün ve estetiğinin geliştirilmesinde etkili bir tedavi bilimidir. İmplantolojinin gelişmesiyle beraber implantlardan destek alınan protezlerin yapılması hız kazanmıştır. Çene, dil ve yüz bölgelerindeki eksikliklerin veya deformitelerin de çoğu zaman protetik olarak tedavisi yapılabilmektedir. Restoratif Diş Tedavisi AD, çürük, aşınma, travma, anomaliler gibi sebeplerle şekilve form bozukluğuna uğramış dişlerin uygun restoratif materyallerle dolgu ve restorasyonlarının yapıldığı bölümdür. Çeşitli sebeplerle renklenmeye uğramış olan dişlerin tüm beyazlatma tedavileri kliniğimizde uygulanmaktadır. Ayrıca estetik seramik dolgular ve lamina venerler gibi dişle ilgili estetik ve restoratif uygulamalar yapılmaktadır.



Yeni Diş Hekimliği Fakültesi'ne ne zaman geçilecek? Yeni fakülte binası ve hastane ile birlikte uygulamalarda değişiklikler olacak mı?

Yeni binamıza 2019 yılı içinde geçilecek. Gerçekten çok önemli bir yapı Antalya'mıza kazandırıldı. Bu bağlamda özellikle Rektörümüz Sayın Prof. Dr. Mustafa Ünal'a çok teşekkür ediyorum. Gerçekten binamızın bir an önce bitmesi için bize her türlü desteği verdi.

Şu anda geçici binamızda 88 diş üniti ile hizmet vermekteyiz. Bu sayı yeni binamızda toplam 219 diş ünitine çıkacak. Ayrıca 3 adet genel anestezi ile müdahale yapılacak ameliyathane bulunacak.



Bisiklet Tutkunları Akdeniz'de Buluştu

Akdeniz Üniversitesi Bisiklet Topluluğu tarafından düzenlenen Üniversitelerarası II. Dağ Bisikleti Yarışı bisiklet tutkunlarını buluşturdu.



Akdeniz Üniversitesi kampüsünde düzenlenen Üniversitelerarası II. Dağ Bisikleti Yarışına 12 üniversiteden toplam 76 sporcu katıldı. Yağmurlu havada 5 km'lik parkurda yarışan sporcular zorlu mücadelede şampiyonluk için ter döktü.



Yarışmada erkekler takım klasmanında Akdeniz Üniversitesi birinci, Ege Üniversitesi ikinci, Selçuk Üniversitesi üçüncü olurken, kadınlar takım klasmanında Ege Üniversitesi birinci, Gazi Üniversitesi ikinci, Akdeniz Üniversitesi üçüncü oldu. Erkekler bireyselde Akdeniz Üniversitesi'nden Serdar Anıl Depe birinci, kadınlar bireyselde ise Ege Üniversitesi öğrencisi Rafiye Başat birinci oldu.

Sağlık, Kültür ve Spor Daire Başkanı Emre Çalışkan ve Bisikleti Topluluğu Akademik Danışmanı Prof. Dr. Gökhan Akkoyunlu'nun da öğrencilerin heyecanına ortak olduğu yarışmanın sonunda dereceye giren öğrencilere madalya ve ödülleri takdim edildi.



PROF. DR.
EROL GÜRPINAR
REKTÖR YARDIMCISI

2018 ÖZEL

Başarılarla Dolu Bir Yıl

Akdeniz Üniversitesi, akademik ve idari alandaki önemli çalışma ve gelişmelerin yanısıra kültürel, sanatsal, bilimsel ve sportif etkinliklerle dolu dolu geçen bir yılı daha geride bıraktı.

Akdeniz Üniversitesi'nin 2018 yılını değerlendiren Akdeniz Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Erol Gürpınar, başarılarla dolu bir yılı daha geride bırakmanın mutluluğunu ve gururunu yaşadığını ifade ederek; "Akdeniz Üniversitesi olarak bir yıllık süreçte önemli bilimsel çalışmalara, projelere imza atmanın yanısıra birçok sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliğe ev sahipliği yaptık. Eğitimden sağlığa, sanattan spora her alanda hedeflerimize ulaşma yolunda büyük mesafe kat ettiğimiz inancındayım." dedi.

Gürpınar; "Üniversitemizdeki bu atılımın yanında bir diğer önemsediğimiz konu olan üniversite-sanayi-şehir iş birliği noktasında önemli adımlar attık. Şehirle olan bağlarımızı hiç olmadığı kadar güçlendirmiş ve bugün şehirle bütünleşmiş bir üniversite olarak paydaşlarımızla iş birliği içinde şehrimiz için çalışmalarımıza tüm hızıyla devam ediyoruz." diye konuştu.

Başarıyı getiren önemli unsurların başında birlik ve beraberlik içinde huzurlu bir ortamda çalışmanın olduğunu dile getiren Gürpınar; "Bu durumun yansıması olarak 2018 yılında başarılarıyla üniversitemizi daha üst seviyelere taşıyan tüm öğretim üyelerimizi ve öğrencilerimizi tebrik ediyorum. Akdeniz Üniversitesi ailesi olarak 2019 yılında da aynı azim ve gayretle şehrimizin ve ülkemizin kalkınması için çalışmaya ve nice başarılara imza atmaya devam edeceğiz. Bu vesileyle 2019 yılının tüm Akdeniz ailesine güzellikler ve başarılar getirmesini diliyorum." ifadelerini kullandı.

Üniversitemiz Mühendislik Fakültesi Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Hamza Feza Carlak tarafından "Method And System For Dual-Band Actıve Thermal Imagıng Usıng Multı-Frequency Currents" konu başlıklı "Tıbbı Görüntüleme Yöntemi" buluşu Uluslararası İncelemeli olarak tescil edilerek, Amerika Birleşik Devletleri'nde Patent almıştır.

Web of Science (WoS)'ın Veri Tabanı Firması "Clarivate Analytics" 2018 Yılı için en çok atıf alan araştırmacıların listesi yayınlanmış olup Türkiye'den 15 bilim insanının bulunduğu listede, Akdeniz Üniversitesi'nden Prof. Dr. Ömer Civalek ve Dr. Öğr. Üyesi Bekir Akgöz de yer almıştır.



Akdeniz Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hilal Erkuş Öztürk, TÜBA 2018 Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı (GEBİP) Ödülü'ne layık görüldü.

22-23 Ekim 2018 tarihleri arasında, Tıp Fakültesi Dekanlığı'nda TSE Temsilcileri tarafından yapılan TS EN ISO 9001:2008 Genel Tetkiki ve TS EN ISO 9001:2015 Versiyonuna Geçiş Tetkiki sonucu Tıp Fakültesi Dekanlığı tüm İdari Birimleri, TS EN ISO 9001:2015 Kalite Belgesini almaya layık görülmüştür.

Turizm Fakültesi Dr. Öğretim Üyesi Murad Alpaslan Kasalak, Yüksek Lisans Öğrencisi Sevinç Isayeva ve Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Zeki Akıncı tarafından hazırlanan "Evaluatıng Academıc Motıvatıon, Expectatıon And Perceptıon Of Tourısm Bachelor Degree Students Wıthın The Scope Of Turkey And Poland Educatıon In Terms Of Sustaınabılıty In Educatıon" isimli çalışma, Strategıc Research Academy & Strategıc Researches Academıc Publıshing tarafından, Araştırma Ödülüne layık görülmüştür.

Fen Fakültesi Kimya Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Edip Bayram, 2018 yılında iki adet Uluslararası İncelemeli Patent ve bir adet Ulusal İncelemesiz Patent tescili almıştır.

Mühendislik Fakültesi Gıda Mühendisliği Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Mustafa Erbaş ve Doktora Öğrencisi Arş. Gör. Ceren Mutlu ile Selçuk Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü Dr. Öğr. Üyesi Sultan Arslan tarafından geliştirilmiş ve "Isıl İşlemsiz Bal Şekerlemesi Üretimi" ismi ile Türk Patent ve Marka Kurumu'na patentlenmek üzere müracaat edilmiş olan Jelibal jenerik isimli proje çıktısı ürün, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescil edilmiştir.

Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Erkan Alpsoy, Turkishtime tarafından SANKO'nun katkıları ile hazırlanan "Tıp Bilimine Yön Veren 100 Türk" kitabı, araştırmaları, buluşları ve tedavi yöntemleri dünyada yankı uyandıran Tıp insanları "Tıp Bilimine Yön Veren 100 Türk" arasında 69. sırada yer almıştır.



Ziraat Fakültesi Öğretim Üyelerinden Prof. Dr. Bülent Uzun'un yürütücülüğünü yaptığı ve Doç. Dr. Mürsel Çatal, Dr. Öğr. Üyesi Cengiz İkten ve Dr. Öğr. Üyesi Engin Yol'un yer aldığı "Susamda Phyllody Hastalığına Dayanıklılık için Seleksiyon" isimli TÜBİTAK-COST Projesi, TÜBİTAK'ın son dönemde uygulamaya koyduğu "Proje Performans Ödülü" almaya layık görülmüştür.

Akdeniz'den **Dergisi Elektronik Edisyonu**



Link: https://indd.adobe.com/view/9c53e1b9-2e39-453e-8977-320ea65b7432


"Ey yükselen yeni nesil, gelecek sizindir. Cumhuriyeti biz kurduk; onu yükseltecek ve sürdürecek sizsiniz."
MUSTAFA KEMAL ATATÜRK


EDİTÖRDEN
Hayatımız boyunca milyonlarca tercih yaparız. Hangi okulda okuyacağımız, kimlerle arkadaşlık yapacağımız, eşimiz, işimiz, yaşayacağımız şehir vs. gibi bu tercihler uzar gider. Tercihlerimizin sonuçları kimi zaman bizi anlık kimi zaman ömürlük mutlu ederken kimi zamanda pişman eder. Ancak insanoğlu, sonucu kendini tatmin etmeyen tercihlerinin sorumluluğunu almayı bir türlü kabullenemez ve çoğu zaman başka bir suçlu arar. Bu suçlu kimi zaman yöneticimiz, kimi zaman arkadaşımız, kimi zaman ailemiz doğrudan muhatap bulamadığımız zaman da kaderin ta kendisidir. Başkalarını veya içinde bulunulan koşulları suçlamak, kendi yaptığımız seçim ya da eylemlerin sorumluluğunu almamak adına başvurulan en kolay yoldur aslında. Olumlu eylemlerimizi sahiplenip, olumsuz sonuçlardan kendimizi muaf tutmak, belki en kolay yol ama insanın kendisine yaptığı en büyük haksızlık da aynı zamanda. Çünkü seçimlerinin sorumluluğunu alamayan kişi harekete geçmek ve hayatının yanlış giden yerlerini düzeltmek yerine başkasını suçlamakla meşgul olduğu için öylece durmakla yetinir. Başarıya ulaşmak isteyen kişi ise hayatı boyunca binlerce tercih yapar sonucu iyi ya da kötü olsun her tercihi onu bir adım ileri taşır. Tercihlerinin sonucu iyiyse zaten herkes tarafından onaylanır, alkışlanır
"Hayatı insanlar için yaşanılır kılan veya işkenceye dönüştüren kişinin kendi yaptığı seçimlerdir."
JEAN PAUL SARTRE


İÇİNDEKİLER
Rektörlük
05
Akdeniz Üniversitesi'nde Akademik Tören
10
Çevre Hizmet Ödül Töreni Gerçekleştirildi
Başarılar
12
Akdeniz Üniversitesi Öğretim Üyesine 'Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı Ödülü'
Sağlık
13
Diş Hekimi Adaylarından Miniklere Diş Kontrolü
14
Hekimliğe İlk Adım
Röportaj
15
Diş Hekimliği Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Alper Kuştarcı İle Röportaj
Haberler
16
Bisiklet Tutkunları Akdeniz'de Buluştu
2018 Özel
17
Başarılarla Dolu Bir Yıl


REKTÖRLÜK
05
Akdeniz Üniversitesi'nde Akademik Tören
Akdeniz Üniversitesi'nde 2018 yılında akademik ünvan alan, ünvanı yükseltilen ve kadroya atanan öğretim üyeleri ve emekli olan öğretim üyelerine teşekkür için "Akademik Tören" düzenlendi.
Diğer Fotoğrafları görmek için tıklayınız!



REKTÖRLÜK

06

Rektör Ünal Engelli Öğrencilerle Bir Araya Geldi

Akdeniz Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Ünal, Üniversitede okuyan engelli öğrenciler ile bir araya geldi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Tesisleri'nde düzenlenen programa Rektör Prof. Dr. Mustafa Ünal, Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Ahmet Öğke, Engelli Öğrenci Birimi Koordinatörü Dr. Öğr. Üyesi Emel Sardohan Yıldırım ile engelli üniversite öğrencileri katıldı.

Sıcak bir sohbet ortamında geçen etkinlikte konuşan Rektör Ünal, engelli öğrencilerin üniversite eğitimini en iyi şekilde almaları, başarılı ve mutlu bir şekilde mezun olmaları için çalıştıklarını söyledi.

REKTÖRLÜK

07

Atatürk ve Ermeni Meselesine Bakış Konferansı İlgi Gördü

Akdeniz Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi tarafından Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün vefatının 80. yıl dönümünde 'Atatürk ve Ermeni Meselesine Bakış' isimli konferans düzenlendi.


REKTÖRLÜK
09
GÜNKAF19
GÜNEY KARİYER FUARI
Cumhurbaşkanlığı himayelerinde, Akdeniz Üniversitesi'nin evsahipliğinde, Batı Akdeniz Bölgesindeki 8 üniversitenin ortaklığıyla düzenlenen Güney Kariyer Fuarı (GÜNKAF) yoğun ilgi gördü.
Diğer Fotoğrafları görmek için tıklayınız!
Akdeniz Üniversitesi ev sahipliğinde, Mimar Sinan Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilen GÜNKAF'da, bakanlıklardan kamu


KÖŞE YAZISI
11
Organik Ürün İstiyoruz, Organik Tüketiyor Muyuz?
Diğer Fotoğrafları görmek için tıklayınız!
Son yıllarda güvenilir gıda ürünleri konusunda belirli bir bilinç düzeyinin oluştuğu, buna bağlı olarak da tarımsal üretimde değişik önlemlerin alındığı, desteklemelerin yapıldığı bilinmektedir. Geçtiğimiz hafta çiftçilere 490 milyon liralık destekleme yapılacağı açıklandı. Bu kapsamda organik üretim, biyolojik ve biyoteknik mücadele uygulamaları da yer alıyor.


BAŞARILAR
12
Akdeniz Üniversitesi Öğretim Üyesine 'Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı Ödülü'
Akdeniz Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Hilal Erkuş Öztürk, TÜBA 2018 Üstün Başarılı Genç Bilim İnsanı (GEBİP) Ödülü'ne layık görüldü.


SAĞLIK
14
Hekimliğe İlk Adım
Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi'nin geleneksel olarak düzenlediği "Beyaz Önlük" giyme töreninde bu yıl üniversiteye giriş yapan birinci sınıf öğrencisi 265 hekim adayı beyaz önlüklerini giyerek hekimlik yolunda ilk adımlarını attı.
Diğer Fotoğrafları görmek için tıklayınız!
Akdeniz Üniversitesi Atatürk Konferans Salonu'nda gerçekleştirilen törene, Akdeniz Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mustafa Ünal, Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Erol Gürpınar, Tıp Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Gülay Özbilim, Tabib Odası Başkan Vekili Dr.Aydan İzgi, öğretim üyeleri, öğrenci velileri ve öğrenciler katıldı.


RÖPORTAJ
15
Diş Hekimliği Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Alper Kuştarcı:
"Birkaç Yıl İçinde Ülkemizin Diş Tedavisi Alanında En Önemli Kurumlarından Biri Olacağız"
Değerli Akdeniz'den okurları; dergimizin bu sayısındaki röportajımıza Diş Hekimliği Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Alper Kuştarcı'yı konuk ettik.


HABERLER
16
Bisiklet Tutkunları Akdeniz'de Buluştu
Akdeniz Üniversitesi Bisiklet Topluluğu tarafından düzenlenen Üniversitelerarası II. Dağ Bisikleti Yarışı bisiklet tutkunlarını buluşturdu.
Red Bull
Diğer Fotoğrafları görmek için tıklayınız!
Akdeniz Üniversitesi kampüsünde düzenlenen Üniversitelerarası II. Dağ Bisikleti Yarışına 12 üniversiteden toplam 76 sporcu katıldı. Yağmurlu havada 5 km'lik parkurda yarışan sporcular zorlu mücadelede şampiyonluk için ter döktü.


2018 ÖZEL
17
Başarılarla Dolu Bir Yıl
PROF. DR. EROL GÜRPINAR
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖR YARDIMCISI
Diğer Fotoğrafları görmek için tıklayınız!
Akdeniz Üniversitesi, akademik ve idari alandaki önemli çalışma ve gelişmelerin yanısıra kültürel, sanatsal, bilimsel ve sportif etkinliklerle dolu dolu geçen bir yılı daha geride bıraktı.
Akdeniz Üniversitesi'nin 2018 yılını değerlendiren Akdeniz Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Erol Gürpınar, başarılarla dolu bir yılı daha geride bırakmanın mutluluğunu ve gururunu yaşadığını ifade ederek; "Akdeniz Üniversitesi olarak bir yıllık süreçte önemli bilimsel çalışmalara, projelere

T. C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Bilge YÜKSEL KİRİŞCAN
Doğum Yeri	Bilecik
Doğum Tarihi	27/12/1979
İletişim Bilgileri	
Telefon	0505 28741 33
e-posta	bilgekiriscan@gmail.com
Adres:	Emniyet Cad. 1325 Sokak Genç Alara Sitesi V Blok 1/19 Konyaaltı/ANTALYA
Eğitim Bilgileri	
Lise	Ankara Ayrancı Lisesi
Lisans	Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi - Grafik Bölümü
Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı
Kariyer Bilgileri*	
İş Deneyimi	Öğretim Görevlisi-Antalya Akev Üniversitesi MYO Grafik Tasarım Programı Sanat Yönetmeni-BEK Tasarım Sanat Yönetmeni-ATS Organizasyon Sanat Yönetmeni-Orkun Ozan Medya Hizmetleri Sanat Yönetmeni-Graphx Reklam Hizmetleri Stajyer Grafik Tasarımcı-Orkun Ozan Medya Hizmetleri Stajyer Grafik Tasarımcı-TRT Ankara Ana Haber Dairesi Başkanlığı Grafik Departmanı
Kurs-Sertifika	
Aldığı Ödüller	
Üyelikler	
İlgi Alanları	
Referanslar	

İmza

** Doldurulması zorunlu değildir.*