T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

GÖRSEL KİMLİK BAĞLAMINDA HABERİN SUNUMU: TÜRKİYE ULUSAL BASININDAKİ GAZETELER İLE İNTERNET HABER SİTELERİ ÜZERİNE BİR VAKA ÇALIŞMASI

Beste BUDAN ERDOĞAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Prof. Dr. Melih Zafer ARICAN

EYLÜL - 2024

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GÖRSEL KİMLİK BAĞLAMINDA HABERİN SUNUMU: TÜRKİYE ULUSAL BASININDAKİ GAZETELER İLE İNTERNET HABER SİTELERİ ÜZERİNE BİR VAKA ÇALIŞMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Beste BUDAN ERDOĞAN

Enstitü Anabilim Dalı: Gazetecilik

"Bu tez 04/09/2024 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir."

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Prof. Dr. Melih Zafer ARICAN	Başarılı
Prof. Dr. Sibel ONURSOY	Başarılı
Doç. Dr. Kadriye KOBAK	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☐

Hayır ☒

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.

Beste BUDAN ERDOĞAN

04/09/2024

ÖN SÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca bana öğrettikleri, mentorluğu ve her konudaki desteği için kıymetli danışmanım Prof. Dr. Melih Zafer ARICAN'a minnet ve teşekkürlerimi sunarım. Tez jürimde yer alan Prof. Dr. Sibel ONURSOY ve Doç. Dr. Kadriye KOBAK'a değerli görüşleri için teşekkür ederim.

Zor zamanlardaki kurtarıcım ve en büyük destekçim Araş. Gör. Caner ERDOĞAN'a ve desteğini daima yanımda hissettiğim kıymetli kardeşim Bilge BUDAN'a teşekkür ederim. Ve son olarak Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı'ndaki üzerimde emeği geçen tüm değerli öğretim üyelerine, teşekkürü bir borç bilirim.

Beste BUDAN ERDOĞAN

04/09/2024

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR ..... **V**
ŞEKİL LİSTESİ ..... **Vİ**
GRAFİK LİSTESİ ..... **Vİİ**
GÖRSEL LİSTESİ ..... **İX**
ÖZET ..... **X**
ABSTRACT ..... **Xİ**

GİRİŞ **1**
1. BÖLÜM: HABER SUNUMU **7**
1.1. Haber Olgusunun Tanımı 7
1.1.1. Haberin Önemi ve Değeri 8
1.1.2. Bilginin Tarihsel Süreçte Habere Dönüşümü 9
1.2. McLuhan'ın "Araç Mesajdır" Paradigması Üzerine 10
2. BÖLÜM: GÖRSEL TASARIM **13**
2.1. Görsel Tasarımın Temel Ögeleri 13
2.2. Görsel Tasarımın Temel İlkeleri 14
2.3. Bir Haber Mecrası Olarak Gazetede Görsel Tasarımın Haberin Sunumuna Katkıları … 16
2.4. Bir Haber Mecrası Olarak İnternet Haber Sitelerinin Görsel Tasarımının Haberin Sunumuna Katkıları 17
2.5. Görsel Kimlik ve Haber Mecraları İçin Görsel Kimliğin Rolü ve Önemi 18
3. BÖLÜM: GAZETE MİZANPAJI ÜZERİNE **21**
3.1. Gazete Mizanpajının Temel Ögeleri 21
3.1.1. Gazete Mizanpajında Haber Metni Kullanımı 21
3.1.1.1. Gazete Mizanpajında Haber Başlığı Kullanımı 22
3.1.1.2. Gazete Mizanpajında Spot Kullanımı 23
3.1.1.3. Gazete Mizanpajında Haber Alt ve Üst Başlıkları Kullanımı 23
3.1.1.4. Gazete Mizanpajının Metin Bloklama Biçimi 24
3.1.2. Gazete Mizanpajında Tipografi Kullanımı 25
3.1.2.1. Gazete Mizanpajında Boşluk Kullanımı 29
3.1.3. Gazete Mizanpajında Fotoğraf Kullanımı 31

3.1.3.1. Gazete Mizanpajında Fotoğraf Altı Yazı Kullanımı 33
3.1.4. Gazete Mizanpajında Renk Kullanımı..... 35
3.1.4.1. Gazete Mizanpajında Haber Metninin Zemin Rengi Kullanımı .. 37
3.1.5. Gazete Mizanpajında Çizgi, İnfografik ve İllüstrasyon Kullanımı 37
3.1.6. Gazete Mizanpajında Logo Kullanımı..... 38
3.2. Gazete Mizanpajında Kullanılan Sayfa Düzeni Türleri..... 39
3.2.1. Klasik Sayfa Düzeni 39
3.2.2. Çağdaş Sayfa Düzeni..... 39
3.2.2.1. Modüler Sayfa Düzeni 40
3.2.2.2. Bulvar Tipi Sayfa Düzeni..... 40
3.2.2.3. Etnografik Sayfa Düzeni 41
3.2.2.4. Vitrin Tipi Sayfa Düzeni 41
3.3. Tarihsel Süreç İçerisinde Türk Ulusal Basınında Mizanpaj 42
4. BÖLÜM: İNTERNET SİTESİ TASARIMI ÜZERİNE 54
4.1. İnternet Sitesi Tasarımını Oluşturan Temel Ögeler..... 55
4.1.1. İnternet Sitesini Oluşturan Bileşenler..... 55
4.1.1.1. İnternet Sitesi Tasarımında Ana Sayfa..... 55
4.1.1.2. İnternet Sitesi Tasarımında İkonlar ve Butonlar 56
4.1.1.3. İnternet Sitesi Tasarımında Bağlantılar ve Menüler 57
4.1.1.4. İnternet Sitesi Tasarımında Üst Bilgi – Alt Bilgi..... 57
4.1.1.5. İnternet Sitesi Tasarımında Tablolar..... 58
4.1.1.6. İnternet Sitesi Tasarımında Formlar..... 58
4.1.2. İnternet Sitesi Tasarımında Metin Kullanımı 59
4.1.2.1. İnternet Sitesi Tasarımında Metin Başlığı Kullanımı 59
4.1.2.2. İnternet Sitesi Tasarımında Metin Bloklama Biçimi..... 60
4.1.2.3. İnternet Sitesi Tasarımında Boşluk Kullanımı 60
4.1.3. İnternet Sitesi Tasarımında Tipografi Kullanımı..... 61
4.1.4. İnternet Sitesi Tasarımında Fotoğraf Kullanımı 62
4.1.5. İnternet Sitesi Tasarımında Renk Kullanımı 63
4.1.5.1. İnternet Sitesi Tasarımında Arka Plan Kullanımı 64
4.1.6. İnternet Sitesi Tasarımında Çizgi, İnfografik ve İllustrasyon Kullanımı . 65
4.1.7. İnternet Sitesi Tasarımında Logo Kullanımı 65
4.2. İnternet Sitesi Türleri 65

4.2.1. İnternet Haber Sitesi 66
4.3. Tarihsel Süreç İçerisinde Türkiye Ulusal Basınında İnternet Haber Sitesi 67
5. BÖLÜM: TÜRKİYE ULUSAL BASININDAKİ GAZETELER İLE İNTERNET HABER SİTELERİNİN GÖRSEL ÖGELER BAĞLAMINDA İNCELENMESİ 70
5.1. Araştırmanın Amacı 70
5.2. Araştırmanın Yöntemi 72
5.3. Araştırmanın Deseni 74
5.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi 76
5.5. Araştırmanın Bulguları 79
5.5.1. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Metin Bağlamında İncelenmesi 81
5.5.2. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Tipografi Bağlamında İncelenmesi 86
5.5.3. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Fotoğraf Bağlamında İncelenmesi 91
5.5.4. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Renk Bağlamında İncelenmesi 96
5.5.5. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Metin Ögesi Bağlamında İncelenmesi 101
5.5.6. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Tipografi Bağlamında İncelenmesi 106
5.5.7. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Fotoğraf Bağlamında İncelenmesi 111
5.5.8. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Renk Bağlamında İncelenmesi 116
5.6. Türkiye Ulusal Basınındaki Gazeteler ile İnternet Haber Sitelerinin Görsel Tasarım Bağlamında Karşılaştırılması 121
5.6.1. Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Görsel Tasarım Bağlamında Karşılaştırılması 131
5.6.2. Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Görsel Tasarım Bağlamında Karşılaştırılması 134
5.6.3. Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin ve İnternet Haber Sitelerinin Görsel Tasarım Bağlamında Karşılaştırılması 137

SONUÇ **147**
KAYNAKÇA **151**
EK **161**
ÖZ GEÇMİŞ **174**

KISALTMALAR

CMYK : Cyan, Magenta, Yellow, Key (Cam göbeği, Eflatun, Sarı, Siyah)

CSS : Cascading Style Sheets (Basamaklı Stil Şablonları ya da Basamaklı Biçim Sayfaları)

GIF : Graphics Interchange Format (Grafik Değiştirme Biçimi)

JPEG : Joint Photographic Experts Group (Birleşik Fotoğraf Uzmanları Grubu)

PNG : Portable Network Graphics (Taşınabilir Ağ Grafiği)

RGB : Red, Green, Blue, (Kırmızı, Yeşil, Mavi)

TMSF : Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

TÜRK-İŞ : Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Bir Gazetede Haberin Sunumu- Görsel Ögeler ve Görsel Kimlik İlişkisini Gösteren Venn Diyagramı 70
Şekil 2: Görsel Bağlamı Sağlayan Ögelere Ait Tema- Kod Modeli 75
Şekil 3: Sabah Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 121
Şekil 4: Türkiye Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 123
Şekil 5: Hürriyet Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 125
Şekil 6: Sözcü Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 127
Şekil 7: Akşam Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 129
Şekil 8: Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 131
Şekil 9: Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 134
Şekil 10: Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin ve İnternet Haber Sitelerinin Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı137
Şekil 11: Türkiye Ulusal Basınındaki Gazeteler ile İnternet Haber Siteleri Arasındaki Görsel Ögelerin Kullanım Yoğunluğunun Karşılaştırılması Olarak Gösteren Akor Diyagramı 140
Şekil 12: The New York Times, The Boston Globe ve El País Gazeteleri ile İnternet Haber Siteleri Arasındaki Görsel Ögelerin Kullanım Yoğunluğunun Karşılaştırılması Olarak Gösteren Akor Diyagramı 141
Şekil 13: El País Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 142
Şekil 14: The Boston Globe Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 143
Şekil 15: The New York Times Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı 145

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Sabah Gazetesi Metin Görünümü Analizi 81
Grafik 2: Türkiye Gazetesi Metin Görünümü Analizi 82
Grafik 3: Hürriyet Gazetesi Metin Görünümü Analizi 83
Grafik 4: Sözcü Gazetesi Metin Görünümü Analizi 84
Grafik 5: Akşam Gazetesi Metin Görünümü Analizi..... 85
Grafik 6: Sabah Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi 86
Grafik 7: Türkiye Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi..... 87
Grafik 8: Hürriyet Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi..... 88
Grafik 9: Sözcü Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi 89
Grafik 10: Akşam Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi 90
Grafik 11: Sabah Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi..... 91
Grafik 12: Türkiye Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi 92
Grafik 13: Hürriyet Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi 93
Grafik 14: Sözcü Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi..... 94
Grafik 15: Akşam Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi 95
Grafik 16: Sabah Gazetesi Renk Görünümü Analizi 96
Grafik 17: Türkiye Gazetesi Renk Görünümü Analizi 97
Grafik 18: Hürriyet Gazetesi Renk Görünümü Analizi 98
Grafik 19: Sözcü Gazetesi Renk Görünümü Analizi 99
Grafik 20: Akşam Gazetesi Renk Görünümü Analizi..... 100
Grafik 21: Sabah Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi 101
Grafik 22: Türkiye Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi 102
Grafik 23: Hürriyet Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi 103
Grafik 24: Sözcü Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi 104
Grafik 25: Akşam Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi 105
Grafik 26: Sabah Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi 106
Grafik 27: Türkiye Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi..... 107
Grafik 28: Hürriyet Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi..... 108
Grafik 29: Sözcü Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi 109
Grafik 30: Akşam Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi..... 110
Grafik 31: Sabah Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi..... 111

Grafik 32: Türkiye Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi 112
Grafik 33: Hürriyet Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi 113
Grafik 34: Sözcü Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi 114
Grafik 35: Akşam Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi 115
Grafik 36: Sabah Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi 116
Grafik 37: Türkiye Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi 117
Grafik 38: Hürriyet Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi 118
Grafik 39: Sözcü Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi 119
Grafik 40: Akşam Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi..... 120

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: Takvim-i Vekayi 1821 ilk sayısı 44
Görsel 2: Cerîde-i Havâdis 26 Ağustos 1860 45
Görsel 3: Tasvîr-i Efkâr birinci sayısı 46
Görsel 4: İrade-i Milliye 21 Eylül 1919 48
Görsel 5: Hâkimiyet-i Milliye 14 Mart 1926 49
Görsel 6: Hâkimiyet-i Milliye 01 Temmuz 1934 50
Görsel 7: Hürriyet 1 Mayıs 1948 51
Görsel 8: Milliyet, 3 Mayıs 1950 52
Görsel 9: 18 Mart- 24 Mart 2024 Gazetelerin Tirajları 77

ÖZET

Başlık: Görsel Kimlik Bağlamında Haberin Sunumu: Türkiye Ulusal Basınındaki Gazeteler ile İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Vaka Çalışması

Yazar: Beste BUDAN ERDOĞAN

Danışman: Prof. Dr. Melih Zafer ARICAN

Kabul Tarihi: 04/ 09/2024 **Sayfa Sayısı:** xi (ön kısım) + 160 (ana kısım) + 14 (ek)

Geleneksel basılı yayın organı olarak gazeteler, temelde tasarımıyla, görme duyusuna hitap eden görsel bir üründür. Fotoğraf, tipografi, renk ve metin gibi görsel tasarım ögeleri bir araya gelerek gazetenin bütünlüğünü oluşturmaktadır. Gelişen internet teknolojilerinin kitlesel bir iletişim biçimine dönüşme sürecinin paralelinde geleneksel olarak yayın hayatını sürdüren gazeteler, internet ortamına da taşınarak bir haber mecrası daha ortaya çıkmıştır. Bu ortaya çıkan mecra olan internet haber sitelerinde de tıpkı gazetelerde olduğu gibi görsel ögeler kullanılarak bir görsel kimlik oluşturulmaktadır. Her iki farklı mecrada da görsel ögeler belirgin bazı amaçlarla kullanılmaktadır. Bu amaçlardan en önemlisi görsel ögelerin bir araya gelerek bir görsel kimlik oluşturmasıdır. Görsel kimlik, bir markanın görsel kimliği, logosu, renk paleti, tipografisi, görselleri ve diğer tasarım unsurları dahil olmak üzere onu temsil eden ve tanımlayan görsel ögelerin bir kombinasyonudur. Markanın görsel kimliğini temsil eden görsel ögeler tüm iletişim mecralarına tutarlı olacak şekilde entegre edilmesi gerekmektedir. Birbiri ile ilintili iki haber mecrası ise görsel ögelerin görsel özgünlüğüne dair benzeşen yönler barındırması beklenmektedir. Bu bağlamda çalışma Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel medya mecralarından gazetelerin sahip oldukları görsel kimliklerini bu gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinde barındırıp barındırmadığını anlamayı amaçlamaktadır. Elde edilen veriler bu amaç doğrultusunda bir araya geldiğinde görsel kimliği oluşturan dört temel görsel öge (metin, fotoğraf, renk ve tipografi) bağlamında tematik olarak analiz edilerek bu iki haber mecrası karşılaştırılmıştır.

Çalışma bulguları Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin taşıdığı görsel kimliği internet haber mecralarında yansıtmamalarının yanı sıra internet haber sitelerinde haberin taşıdığı önemin göz ardı edildiği saptamıştır. Türkiye ulusal basınındaki gazetelerde görsel ögelerin aralarındaki ilişkinin anlamlı olmadığını belirtmek oldukça önemlidir. Görsel ögeler arasındaki bu düşük ilişkiden kaynaklı olarak Türkiye ulusal basınındaki gazeteler görsel kimliğini iletmede yetersiz kalmaktadır. Türk ulusal basınındaki gazetelerde başta vitrin tipi sayfa düzeninden kaynaklanan yoğun haber kullanımı sebebiyle bu gazete ile bütünleşik bir web haber sitesinin de olanaksız hale geldiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel Kimlik, Görsel Tasarım, Haber Sunumu, Veri Görselleştirme, Sankey Diyagramı

ABSTRACT

Title of Thesis: News Presentation in the Context of Visual Identity: A Case Study of Newspapers and News Websites in Turkiye's National Press

Author of Thesis: Beste BUDAN ERDOĞAN

Supervisor: Prof. Dr. Melih Zafer ARICAN

Accepted Date: 04/09/2024 **Number of Pages:** xi (pre text) + 160 (main body) + 14(add)

As a traditional printed publication, newspapers are primarily a visual product that appeals to the sense of sight through their design. Visual design elements such as photography, typography, color, and text combine to form the newspaper's identity. With the transformation of developing internet technologies into a form of mass communication, newspapers, which traditionally continue their publishing life, have expanded into the internet environment, creating another medium. A visual identity is created by using visual elements in this emerging medium, internet news sites, just like in newspapers. In both media, visual elements serve specific purposes. The most important of these purposes is that visual elements combine to create a visual identity. Visual identity is a combination of visual elements that represent and define a brand, including its visual identity, logo, color palette, typography, images, and other design elements. The visual elements that represent the brand's visual identity should be integrated consistently across all communication channels. Given that these mediums are related, they are expected to have similar elements regarding the visual authenticity of visual elements. In this context, this study aims to understand whether the visual identities of newspapers, which are among the traditional media channels in the national press of Turkiye, are maintained in online news sites, which serve as the digital face of these newspapers. The obtained data were analyzed thematically in the context of the four basic visual elements (text, photography, color, and typography) that form visual identity, and these two mediums were compared.

The findings of the study reveal that newspapers in the Turkish national press do not reflect the visual identity they carry in their internet news sites, and the importance of the news is disregarded in internet news sites. It is important to note that the relationship between the visual elements in Turkish national newspapers is not meaningful. Because of this relationship between visual elements, newspapers in the Turkish national press are insufficient in expressing their visual identity. It has also been determined that an integrated internet web news site has become impossible due to the intensive use of news in Turkish national press newspapers, mainly because of the showcase-type page layout.

Keywords: Visual Identity, Visual Design, News Visualization, Data Visualization, Sankey Diagram

GİRİŞ

Araştırmanın Konusu

"Konuşmadan evvel görmelidir insan."

-Henry David Thoreau

Görmenin sağladığı bilgi, bireylerin yaşamındaki en önemli bilgi edinme yöntemlerinden biridir. İletilerini görsel olarak aktaran gazetelerin okurları da bu iletileri görme duyularıyla algılamaktadırlar (Arıcan, 2004, s.34). Haberi öncelikle görerek algılayan bireyler görerek edindiği bu ön bilgi ile haber metnini değerlendirip ve anlamlandırmaktadır. Bu sebeple bir gazete içerisindeki haberin sahip olduğu bağlamın, görsel ögeler ile bütünlüklü olarak kurulması haberi daha anlamlı hale getirmektedir. Bu derece önemli bir role sahip görsel ögelerin tasarımı, haberin sunumunun dolayısıyla da gazetelerin ayrılmaz bir parçasıdır (Caldwell & Zappaterra, 2014, s. 27). Middlestadt ve Barnhurst'un (1999) da belirttiği gibi haber mecraları söz konusu olduğunda görünüm aslında içeriğin kendisidir. Bu nedenle, haberde kullanılan görsel ögelerin etkileyici bir biçimde kullanılması büyük bir öneme sahiptir. Bir haberin okura ulaşabilmesindeki en önemli kıstas, haberin sunumunun etkileyici ve akılda kalıcı olmasıdır. Haberi oluşturan görsel ögelerin etkileyici bir biçimde sunulması ise tesadüfi bir biçimde yapılmamalıdır. Haberin görsel bağlamını oluşturan ögeler, gazetenin görsel kimliğini yansıtacak biçimde sunulmalıdır. Böylelikle yalnızca haberin etkileyiciliği artmaz aynı zamanda gazete ile okur arasında güçlü bir bağ oluşur.

Bir haber mecrası olarak internet ortamının kullanılmaya başlaması ile geleneksel haber mecraları, ek bir hizmet olarak, çevrimiçi bir biçimde haberleri iletmeye başlamışlardır (Stephens, 2014, s. 116). İnternet teknolojisinin gelişmesi ve gazetelerin internet ortamına taşınması ekseninde gelişen internet haber siteleri dijitalleşmenin getirdiği yenilikler sebebiyle hiper metinsellik, erişim, güncellenebilirdik gibi farklı bir dizi özellikler taşıyor olsa da tıpkı gazetelerde olduğu gibi kullanılan görsel ögeler arasında belirli bağlama sahip olmaları gerekmektedir. Bu bağlam, iki mecranın birbiri ile bağdaşık görsel kimlik kazanmasını sağlamaktadır. Herhangi bir haber mecrasının sahip olduğu bu görsel kimlik, hedeflenen kitlenin alımlamasına da yardımcı olmaktadır (Ambrose & Harris, 2017, s.10). Görsel kimlik aracılığıyla elde edilen bir diğer etki de haber mecralarının sürekli geçerliliğini koruyan bir görünüme sahip olmalarını sağlamasıdır. Dünya basınında yer

alan köklü gazete kuruluşlarına bakıldığında hem gazeteler hem de bu gazetelerin internet haber siteleri benzer tasarım ögeleri kullanmakta ve okur kitlesine aşina oldukları bir ortam sunmaktadır. Türkiye ulusal basınında yer alan gazetelerin de kendilerine ait bir internet haber sitesi bulunmaktadır. Bu tez çalışmasının öncelikli amacı da bu gazetelerin sahip oldukları görsel kimliklerini, dijital yüzleri olan internet haber sitelerinde barındırıp barındırmadığını gerek ulusal gerek uluslararası bir perspektifle ortaya koymaktır. Bu hedefe ulaşmak için Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri, bir araya geldiğinde haberin sunumunu meydana getiren görsel ögelerin ortaya koyduğu görsel kimlik ilişkisi çerçevesinde McLuhan'ın ortam mesajdır paradigması ekseninde incelenecektir. Çalışmada görsel bağlamı oluşturan ögelerin sahip olduğu benzerlik ve farklılıklar Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri üzerinden incelenerek görsel kimlik ilişkisini saptamayı hedeflemektedir.

Bu noktadan hareketle tez çalışmasının öncelikli amacı Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel haber mecrası gazetelerin sahip oldukları görsel kimliklerini bu gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinde barındırıp barındırmadığının saptanmasıdır. Bu çalışmanın temel amacına ulaşmayı destekleyen ikincil amaç ise tasarımı ile fark yaratan dünyanın en köklü gazeteleri ile bu gazetelerin internet haber siteleri olan ilişkisi kapsamında Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisinin ortaya konmasını içermektedir. Bu ikincil amaç sayesinde Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki görsel kimlik bağlamındaki zayıf yönler daha belirgin olarak ortaya konularak çalışmanın öncelikli amacının daha geniş bir perspektifle değerlendirilmesi mümkün kılacaktır.

"Görsel Kimlik Bağlamında Haberin Sunumu: Türkiye Ulusal Basınındaki Gazeteler ile İnternet Haber Siteleri Üzerine Bir Vaka Çalışması" başlıklı bu tez çalışma dört temel bölümden meydana gelmektedir. Çalışmanın ilk dört bölümü ilgili literatürden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde çalışmanı özünü oluşturan haber olgusunun temeli ortaya konmuştur. Ayrıca çalışmanın kuramsal temeline bu bölümde yer almaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde görsel tasarım olgusu ve haber mecraları için görsel kimliğin rolü ve önemine yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde öncelikle gazete mizanpajını oluşturan temel görsel ögeler ele alınmıştır. Bu bölümün devamında sayfa düzeni türlerine yer verilmiş ve Türk ulusal basınında mizanpajın tarihsel süreç

içerisindeki gelişimi ele alınmıştır. Çalışmanın dördüncü bölümünde ilk olarak internet sitesini oluşturan görsel ögelere yer verilmiştir. Bölümün devamında internet haber sitesinin tanımı ve Türk ulusal basınında internet haber sitelerinin tarihsel gelişimi aktarılmıştır. Çalışmanın son bölümü olan beşinci bölümünde ise araştırmanın amacı, yöntemi, araştırma deseni, evreni ve örneklemiyle beraber araştırmanın bulgularına yer verilmiştir. Bulguların da bulunduğu bu bölümde örnekleme dahil edilen Sabah, Türkiye, Hürriyet, Sözcü, Akşam gazeteleri ve bu gazetelere ait internet haber siteleri incelenmiştir.

Çalışma kapsamında Türkiye ulusal basınındaki tirajı en yüksek beş gazete ile bu gazetelerin internet haber siteleri oluşturulan tema- kod modeli ekseninde görsel bağlamı sağlayan ögeler çerçevesinde incelenerek elde edilen veriler, verilerin etkili bir biçimde temsilini sağlayan veri görselleştirme araçları ile ortaya konarak yorumlanmış ve Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber sitelerinin taşıdıkları görsel kimliğin mevcut durumu tespit edilmiştir. İki haber mecrası, çalışmanın amacına yönelik oluşturulan çalışma soruları ekseninde, bir araya geldiğinde görsel kimliği oluşturan dört temel görsel öge (metin, fotoğraf, renk ve tipografi) bağlamında tematik olarak analiz edilerek karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmadan tespit edilen bulgular ışığında Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki görsel ögeler bağlamındaki çok yönlü bağdaşıklıklar ortaya konarak bu iki haber mecrası arasındaki uyumluluk saptanmıştır. Buna ek olarak yabancı basındaki köklü gazeteler ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin temel görsel ögelerle ortaya koydukları görsel kimlik ilişkisi tespit edilerek Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki görsel kimlik bağlamındaki zayıf noktalar daha belirgin bir biçimde tanımlanarak çalışmanın öncelikli amacının daha geniş bir perspektifle değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Önemi

Görsel ögelerin, gazetelerde yer alan haberlerin sunumunda etkili bir şekilde kullanılması, haberin kimliğini destekleyerek gazetenin görsel kimliğini oluşturmaktadır (Machin & Niblock, 2008, s. 257). Bir gazetenin görsel kimliğinin aynı gazetenin internet haber sitesine de taşınması, iki mecra arasında görsel kimliğin bütünlüğünün sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Böylelikle gazetenin sahip olduğu görsel kimlik, internet haber

sitesinde de gazetenin sahip olduğu değerleri ve kaliteyi yansıtarak, gazetenin hem basılı hem de dijital ortamda tutarlı ve etkili bir şekilde var olmasını mümkün kılar. Bu görsel kimlik sayesinde okurlar, yayının logosunu görmeden dahi o yayını tanımasına yardımcı olduğu gibi diğer yayınlar arasından ön plana çıkmasına yardımcı olmaktadır.

Bir yayın kuruluşunun sahip olduğu görsel kimliğin, farklı haber mecraları arasında da uygulanabilir olması gerekmektedir. Köklü yayın kuruluşları, görsel kimliği sayesinde yaratıkları marka değeri gözetmek zorundadır (Wrona, 2015, s. 95). Yabancı gazetelere bakıldığında, oluşturdukları görsel kimlikleri, gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitesine taşımakta oldukça başarılı oldukları görülmektedir (Kirişcan vd., 2020, s. 102). The New York Times, The Times, The Wall Street Journal, El País, The Boston Globe gibi dünyanın en bilinen köklü gazeteleri, inşa ettikleri özgün görsel kimliklerini, internet haber sitelerinde de devam ettirmektedirler. Bunu elbette internet ortamının sağladığı avantajları göz ardı etmeden gerçekleştirmektedirler. Bu gazeteler, haber metinlerinin görsel sunumunu, sahip oldukları tipografik tercihleri, fotoğraf kullanım ve konumlandırma biçimlerini, özgün renk paleti kullanımları, kendi özgün görsel duruşlarına sahip çıkarak kullanmayı sürdürürken aynı zamanda bir haber için önem arz eden haber metni, haber spotu, haber fotoğrafı, fotoğraf altı yazısı, doğru tipografi kullanımı gibi ögeleri de göz ardı etmeden habercilik değerlerini, eşgüdümlü olarak internet haber sitelerinde kullanmayı sürdürmektedirler. Bu tez çalışmasının analizinden elde edilecek sonuçlar, Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel haber mecralarından gazetelerin sahip oldukları görsel kimliklerini, bu gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinde nasıl yansıttıklarını ortaya koyarak, yansıtırken nasıl bir yol izlemeleri gerektiği konusunda ışık tutacaktır. Bunun yanı sıra gazetelerin görsel kimliği, pek çok açıdan değerlendirilmesi gereken önemli bir konu olmasına karşın ülkemizde oldukça az ele alınırken, bir diğer haber mecrası olan internet haber sitelerinin tasarımı ile kapsamlı bir biçimde karşılaştıran yalnızca bir çalışmaya rastlanmıştır. Bu araştırma, 2020 yılında Kirişcan, Taşdemir ve Yağcılar Tonguç tarafından gerçekleştirilen "Tipografinin Gazetelerin Görsel Kimliği ve Güvenilirliği Üzerine Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Analiz" isimli makale çalışmasıdır. Bu nedenle görsel kimliğini iki haber mecrası üzerinden tartışan çalışmanın azlığı sebebiyle bu tezin ilgili literatüre sağlayacağı katkı önem arz etmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu tez çalışmasının öncelikli amacı Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel haber mecralarından gazetelerin sahip oldukları görsel kimliklerini bu gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinde barındırıp barındırmadığını tespit etmektir. Bu çalışmanın temel amacına ulaşmayı destekleyen ikincil amaç ise dünyanın en köklü gazeteleri ile bu gazetelerin internet haber siteleri olan ilişkisi dahilinde Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisinin saptanmasını içermektedir. Bu ikincil amaç ile Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki görsel kimlik bağlamındaki zayıf yönler daha belirgin olarak tanımlanarak çalışmanın öncelikli amacının daha geniş bir perspektifle değerlendirilmesi mümkün olacaktır.

Bu noktadan hareketle çalışmada, "Türk ulusal basınındaki gazetelerin temel görsel ögeleri kullanım biçimleri ile ortaya koydukları görsel kimliği internet haber sitelerinde taşımakta mıdır?" ana sorusundan yola çıkarak şu alt sorulara yanıt aranmıştır:

1. Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel medya mecralarından gazetelerin sahip oldukları görsel kimliği oluşturan görsel ögelerin dağılımı ne şekildedir?
2. Türkiye ulusal basınında yer alan gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinin sahip oldukları görsel kimliği oluşturan görsel ögelerin dağılımı ne şekildedir?
3. Bu iki haber mecrasında kullanılan görsel ögelerin kullanım biçimleri arasındaki ilişki nasıldır?
4. Bu iki haber mecrasında kullanılan görsel ögelerin kullanım yoğunluğu birbirini tamamlayıcı nitelik taşımakta mıdır?
5. Dünyanın en bilinen köklü gazetelerinin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin birbiriyle olan ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisindeki sorunlar nelerdir ve nasıl çözüme kavuşturulabilir?

Araştırmanın Yöntemi

Bu tez çalışmasında, çalışmanın amacına uygun olarak nitel veri analiz yöntemlerinden yararlanılacaktır. Nitel yöntem benimsenerek kurulan araştırma deseni veri toplama, veri analizi ve veri görselleştirme olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. Çalışmada öncelikle araştırmanın örneklemini oluşturan gazeteler ve bu gazetelerin internet haber

sitelerinden, doküman analizi aracılığıyla veriler elde edilecektir. İncelenmek istenen kodlar araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış tema- kod modeline göre kategorilendirilerek, içerik analizi ile çözümlenecektir. Kategoriler halinde düzenlenen bu verilerin görsel temsili, tema- kod modeline göre elde edilen karmaşık veri yığını, karmaşık süreçleri anlamak için kullanılabilen bir görselleştirme tekniği aracı olan Sankey diyagramları ile modellenecektir. Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki benzerlikler ve farklılıkların karşılıklı bağlantılarının analiz edilerek çözümlenmesi ve araştırma sorularına yanıt aranabilmesi için çok yönlü bağlantıları görselleştirmek için geniş bir veri ilişkisini gösteren karmaşık Sankey diyagramı türünün çalışmanın amacına daha uygun olacağı düşünülmektedir. Bu verilerin ışığında yapılan değerlendirme son olarak ise Türkiye ulusal basınındaki gazeteler dünyanın en köklü gazeteleri ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisi incelenecektir.

1. BÖLÜM: HABER SUNUMU

Tez çalışmasının birinci bölümünü oluşturan bu bölümde ilk olarak haber kavramı tanımlanacak ardından haber kavramının önemi, nitelikleri, değeri ve bilginin tarihsel süreçte habere dönüşümü açıklanacaktır. Ardından çalışmanın kuramsal temelini oluşturan Mcluhan'ın araç mesajdır paradigması tanımlanmıştır.

1.1. Haber Olgusunun Tanımı

Bilgi toplama ve bireylere aktarma faaliyetlerinin kökeni, toplumsal yaşamın başlangıcına kadar uzanmaktadır. Yaygın bir inanışa göre İngilizcede news olarak kullanılan haber kelimesi, haberin her yerden gelebileceğine işaret eden "north" (kuzey), "east" (doğu), "west" (batı) ve "south" (güney) kelimelerinin ilk harflerin türetilmiştir (Vakati & Rajaram, 2023, s. 49). Çoğu dilde ise haber kelimesi onun zamansallığına atıfta bulunmaktadır: İngilizce'de "news", Fransızca'da "nouvelles", Rusça'da "novosti", Fince'de "uutinen", İsveççe'de "nyhet" kelimelerinin kökünde yeni anlamı taşımaktadır (Rantanen, 2009, s.1). Hayatı etkileyen yeni olay ve olguların bir birleşimi olan (Fuller, 1996, 120) haber olgusunun Türkçe karşılığına etimolojik olarak bakıldığında ise sözcüğün kökeninin Arapça "habara" kelimesinden dilimize geçtiği görülmektedir (Eyüpoğlu, 1995, s. 309 akt. Arıcan,2004, s. 21).

Haber üzerine yapılmış ilk tanımlamalar, "olan her şey haberdir", "insanların üzerinde konuştukları haberdir", "haber, okuyucuların öğrenmek istedikleridir" şeklindedir (Tokgöz, 2013, s. 237).

Colliers News tarafından "Haber Nedir?" konusunda yapılan bir çalışmada bu konu hakkında fikri alınan gazetecilerin cevaplarından yola çıkılarak 10 temel haber tanımı ortaya konmuştur. Bu temel tanımlar şu şekildedir:

> "Haber, okuyucuların hakkında bilgi edinmek istedikleri her şeydir.", "Halkın büyük çoğunluğunun okumak istediği şey haberdir. Ancak bu haberin kanun ve mahremiyeti dikkate almaması anlamı taşımamaktadır.", "Haber, halkın ilgi gösterdiği bir olayın hikayesidir.", "Haber, halkın ilgi göstereceği her şeydir.", "Haber olayların doğru bir biçimde ve zamanında meydana çıkan, okuyucunun ilgisini çeken her şeydir.", "Haber meydana gelen şeydir. Olayların neticeleridir.", "Haber olayların ve bunların ortaya çıkardığı fikirlerin aktarılmasıdır.", "Haber halka bağlıdır ve tamamıyla halkın nasıl ilgisinin çekileceği konusu irdelenmelidir.", "Haber insanlığı ilgilendiren bütün yeni ve

taze hareketlerin ifadesidir. En iyi haber, okuyucuyu en fazla ilgilendiren haberdir.", "Halkın refahını alakadar eden hareketler, fikirler, temaslar haberdir" (Başkut, 1967, s. 103).

Bu temel tanımlamaların kesiştiği nokta, bireylerin bilmedikleri ancak merak ettikleri gündelik yaşama ait olaylar hakkında bilgilenme isteği bulunmaktadır.

Haber, toplumun bilgi ve ilgisini geliştiren ve dönüştüren bir unsur olarak gerçekliğin, medya kuruluşlarının yapısı, teknolojisi ve ideolojisine göre yeniden şekillendirilmesiyle kurgu haline getirilmesidir. Toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin, kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre haber yeniden kurgulanmaktadır (Rigel, 2000, s. 177). Gerçeklik, yenilik, ilginçlik, önemlilik ve anlaşılırlık unsurlarını içermesi bir zorunluluk olan haberde, herhangi bir olay, olgu, fikir ya da sorunun tarafsız, nesnel ve sade bir dille, 5N 1K (Ne?, Nerede?, Ne zaman?, Nasıl?, Neden?, Kim?) kuralına uygun olarak düzenlenip sunulmaktadır (Mora, 2004, s.140).

Mario Garcia, önceleri haberi, "Dün bilmediğim ama bugün öğrendiğim şeydir" olarak tanımlarken, dijitalleşmenin habercilik alanına girmesiyle birlikte bu tanımını "Haber, dün öğrendiğim ama bugün anladığım şeydir" şeklinde güncellemiştir (Caldwell & Zappaterra, 2014, s. 45). Tüm bu tanımlardan yola çıkarak haberi, son 24 saat içinde meydana gelen, dışarıda bilinmeyen, insanları yakından ilgilendiren ve insanlar arasında merak uyandıran bir gelişme olarak tanımlamak mümkündür (Vakati & Rajaram, 2023, s. 49).

1.1.1. Haberin Önemi ve Değeri

Haberin en önemli fonksiyonu, bireyleri bilgilendirmektir. Haberde aktarılan bilgiler ışığında bireyler, hiçbir yönlendirme olmaksızın düşünce sistemlerini geliştirerek, kendi bakış açıları doğrultusunda yorum üretmektedirler (Gönenç, 2004, s.85).

Neyin haber olup neyin haber olmadığı konusunda kararın verilebilmesi ise belirli haber değerlerine bağlıdır. Bir haberin sahip olduğu değerler, haberin inşa edildiği temel taşlarıdır. Haberin değeri, ekonomik faktörlerle birlikte kurumsal, sosyolojik ve kültürel normların bir yansımasıdır (Harcup & O'neill, 2016, s. 1473). Haber değerinin ortaya konulabilmesi için haberin zamanlılık, yakınlık, önemlilik ve sonuç ilkelerine uygun olması gerekmektedir. Bu dört ilke Tokgöz (2013) tarafından şu şekilde açıklanmaktadır:

> "Zamanlılık ilkesi, haberin zamanlı olması değerini yansıtırken aynı zamanda zamanlılık ilesinin sahip olması gereken üç bileşke bulunmaktadır. Bunlar yenilik, anilik ve geçerliliktir. Yakınlık ilkesi, haberin ulaşacağı hedef kitlenin, olayın meydana geldiği konuma yakın olması ile ilgilidir. Önemlilik ilkesi, nasıl ve neden sorularına yanıt bulunmasıyla daha anlamlı bir hale gelmektedir. Sonuç ilkesinde ise, haberi bu kadar önemli yapan nedir? Kim bu haberi bu kadar büyütmektedir? gibi sorulara netlik kazandırılarak bir habere ne kadar yer ve zaman alacağı kararlaştırılmasıdır" (Tokgöz, 2013, s. 254-260).

Haberin hala geçerliliğini koruyan temel değerlilik kriterleri de bulunmaktadır. Bu değerlerden biri güncelliktir. Haber yeni bir şeydir. Bu sebeple haber güncelliğini korumalıdır.

Aynı zamanda bir olayın etkisi de onun haber değerini belirlemektedir (Vakati & Rajaram, 2023, s. 49). Haberin önemi oldukça önemli bir değer kriteridir. Daha büyük ve etkileyici olayların geçtiği haberlere her zaman öncelik verilmektedir (Galtung & Ruge,1965, s.67). Haberde verilecek olan olayın ilgilendirdiği kişilere çevresel olarak yakınlığı da önem arz etmektedir. Kültürel ya da coğrafi yakınlık, bir olayın haber değerini artırabilmektedir (Vakati & Rajaram, 2023, s. 49). Haberin net olması haberi daha anlaşılır kılarak daha değerli olmasını sağlamaktadır (Galtung & Ruge,1965, s.67).

1.1.2. Bilginin Tarihsel Süreçte Habere Dönüşümü

Bilgi edinme isteği, bireylerin merak duygusu ve çevresindeki dünyayı anlama ihtiyacıyla ortaya çıkmıştır (Özçağlayan, 2014, s. 132). Haber kelimesinin tanımlandığı bilgi türü de oldukça derin bir geçmişe sahiptir (Stephens, 2014, s. 40). Kimsenin bilmediği bir bilgiyi edinip bu bilginin başkalarıyla paylaşılması habercilik faaliyetlerinin ilk örneklerini oluşturmaktadır (Stephens, 2014, s.25). İlk çağlarda, halkı ilgilendiren bilgiler sözlü geleneklerle, Orta çağda hikâye anlatıcılarıyla on dokuzuncu yüzyılda telgraf haber ajanslarıyla ve yirmi birinci yüzyılda ise internet yazarlarıyla, tarihin farklı dönemlerinde haber kendisini tekrar tekrar geliştirmiştir (Rantanen, 2009, s. 5). Haberin taşıdığı anlam zaman içerisinde muazzam değişimlere uğramıştır (Stephens, 2014, s.25). Her tarihsel dönemde neyin haber olduğu, tamamen bilginin haberlerde sosyal olarak nasıl inşa edildiği ile ilişkilidir (Rantanen, 2009, s. 2). İlk habercilik faaliyetleri, siyaset, ticaret, din ya da kültür dünyasından edinilen uluslararası bilginin sadece posta yoluyla ya da başka gazeteler aracılığıyla gelerek (Stephens, 2014, s. 3) az sayıdaki burjuva çevreye

iletilmesiyle başlamıştır (Espejo, 2011, s. 192). On altıncı ve on yedinci yüzyıllarda haberlerin sağladığı bilgi, gerçek ve kurgu arasındaki ayrıma bağlı olmayan şekillerde kategorize edildiği bilinmektedir (Davis,1980, s. 127). On sekizinci yüzyılda gelindiğinde ise Sanayi Devrimi ile gelişen teknolojik yenilikler matbaacılık faaliyetlerinin gelişmesine yol açarak, gazetelerin üretim maaliyetlerinin düşmesine neden oldu ve böylelikle haberler daha geniş kitleler arasında yaygınlaşmaya başlamıştır. Böylelikle haber, halkı bilgilendirme işlevini üstlenerek kamuoyunun taşıyıcısı haline gelmişlerdir (Stephens, 2014, s.4). On dokuzuncu yüzyılın ortalarında, haberin yaydığı bilginin önemi anlaşılmış ve habercilik faaliyetleri güç kazanmıştır (Stephens, 2014, s. 55). Ancak tüm bu dönüşümlere rağmen günümüzdeki anlamıyla haber, yirminci yüzyıla kadar kodlanmamıştır (Anderson, 2024, s.1). Yirminci yüzyılda haber, daha kapsamlı ve çok katmanlı bir yapıya dönüşmüştür. Haberler, küresel gelişmeleri de kapsayan geniş bir içeriğe sahip olmaya başlamıştır. Ayrıca haberler artık yalnızca bilgi vermek için değil, aynı zamanda kamuoyu oluşturma, eğlendirme ve toplumsal sorunlara dikkat çekme gibi misyonlar da edinmiştir.

Günümüzde haber, gazeteciler tarafından üretilen, gerçeklere dayalı ve meşru bilgidir ve izleyiciler haberleri diğer bilgi türlerinden ayırt edebilmelidir (Edgerly & Vraga, 2019, s. 820). Gelişen teknolojiler ışığında haber, yeniden tanımlanmaya ve değişen medya ortamına göre değiştirilmeye devam etmektedir (Anderson, 2024, s.3).

1.2. McLuhan’ın “Araç Mesajdır” Paradigması Üzerine

Toplumsal süreçleri değerlendirmede teknolojiyi başlangıç noktası olarak alan düşünürlerin başında Kanadalı medya kuramcısı Marshall McLuhan gelmektedir (Güngör, 2020, s. 183). İletişim alanında fütüristik önermeleri ortaya atan McLuhan’ın, 1960’lı yılların sonun doğru yayınladığı “Araç Mesajdır” kitabıyla iletişim alanında bilinirliği artmıştır (Altay, 2005, s. 9). McLuhan’ın "araç mesajdır" aforizması, iletişim teknolojisinin herhangi bir uzantısının insan ilişkilerine getirdiği ölçek, hız veya model değişikliğine atıfta bulunmaktadır (Czitrom, 1982, s.177). McLuhan'ın bu ünlü aforizmasının temel anlamı, herhangi bir iletişim ortamının kullanımının, iletilen içeriğin kendisinden daha önemli olduğunu ifade etmektedir (Levinson, 1999, s. 34). McLuhan’ın bu savını daha geniş biçimde şöyle açıklamak mümkündür: İçerik yerine biçime eğilmek gerekmektedir. İçerik her zaman belli bir biçimde bulunmaktadır. Eğer kullanılan araç

bilinmezse iletilen mesaj da anlaşılamaz. Bu bağlamda araç ortak bir iletidir. Araç, kullanan kişilerin algısal alışkanlıklarını değiştirmektedir (Altay, 2005, s. 15). McLuhan bu durumda, bir mesajın içeriğinin, taşındığı araçtan daha önemli olduğu yönündeki yaygın kanının tersine, iletişim aracının kendisinin de önemli bir etkisi olduğunu ileri sürmektedir. McLuhan, iletişim aracının tümüyle belirleyici bir etken olduğu düşüncesini ortaya koyarken, egemen bir iletişim aracının temel niteliklerinin hem nasıl düşünmemiz gerektiğini hem de bildirişimlerin nasıl düzenlenmesi gerektiğini söylemektedir (Bourse & Yücel, 2012, s. 107). Ona göre araçla neyin söylendiği önemli değildir. Bir hikâyenin radyo, tiyatro sahnesi ya da televizyon gibi farklı mecralarda anlatılması farklı anlamlar ortaya çıkartmaktadır (Altay, 2005, s. 15).

Mcluhan, bu savını pek çok örnekle desteklemektedir. Bu örneklerinden birisine aşağıda yer verilmiştir:

> "Bir demiryolu teknolojisi insanlara taşımayı, tekeri, yolu getirmedi ama insanların zaten yaptıkları işlerin hız kazanmasına olanak verdi. Ona bağlı olarak yeni kentlerin inşası, yeni eğlence biçimleri, iletişim biçimleri gelişti. İnsanlar demiryolunun getirdiği olanaklar ile kentin uzak noktalarındaki evlerinden kente gelerek çalışma, bir araya gelme, kent ortamının sağladığı eğlence ortamlarına katılma olanağı buldular. İnsanların tüketim biçimleri bu sayede değişmeye başladı. Kentin uzak yerlerinden kent merkezine gelerek alışveriş yapma olanağı buldular. Konser salonları, opera ve tiyatro salonlarının, kent kütüphanelerinin ilgi görmeye başlamasıyla demiryolunun etkisiyle ancak demiryolunun taşıdığı yükten bağımsız olarak gerçekleşti. O halde önemli olan içerik değil, biçim ya da araçtır" (Güngör, 2020, s. 190).

McLuhan'ın bu örneğinde de anlatılmaya çalışıldığı gibi, araç, bireylerin algısını yeniden şekillendirmektedir.

Medya, iletişim araçlarının aktardığı ideolojik, estetik ya da kültürel içeriğin ötesinde özellikle tekniğiyle etki etmektedir (Bourse & Yücel, 2012, s. 108). Toplumlar her zaman kullandıkları iletişim araçlarının doğasınca biçimlendirmişlerdir (Mcluhan & Fiore 2019, s. 8). Her farklı aracın biçimlendirdiği iletinin etkisi de farklı olmaktadır. Bu sebeple her aracın etkisi de farklı olmaktadır. Etki farklılığının bir sebebi aracın kendisinden kaynaklıyken diğer sebep de aracın kullanım biçiminden kaynaklanmaktadır (Güngör, 2020, s. 190).

Teknolojinin toplumsal hayattaki karşılıklı ilişkisi, kalıpları ve kişisel hayatı yeni baştan inşa etmektedir (Mcluhan & Fiore 2019, s. 8). Bu sebeple Mcluhan, aracın hiç önemsenmemesi halinde yeni teknolojilerin bireyler üzerindeki etkisinin anlaşılmasının mümkün olmayacağını belirtmektedir. Aracın önemsenmemesi halinde bireylerin yeni araçlar tarafından oluşturulan yeni çevre karşısında hazırlıksız yakalanacağının altını çizmektedir (Altay, 2005, s. 16). McLuhan'ın içeriğin yerine ortamın odak noktasını koyma çabası, içeriğin dikkatimizi çekmesinin, ortamın ve etrafındaki diğer unsurların anlayışımıza ve algımıza olumsuz yönde etki etme endişesinden kaynaklanmaktadır.

2. BÖLÜM: GÖRSEL TASARIM

Görünen her şey kendine özgü bir dil, algısal bir yapı ve derinlikle var olmaktadır. Bu yapı, algılama sürecinde büyük bir rol oynayarak dünyayı nasıl deneyimlediğimizi şekillendirmektedir. Bu varoluş aynı zamanda bir iletişim sürecinin yaratılma sürecidir (Uçar, 2004, 11). Dış dünyadan gelen bilgilerin gözlerimiz aracılığıyla bize nasıl iletildiğini araştıran çok yönlü bir konu olan görsel iletişim, doğası gereği görsel olan tüm kitle iletişim araçları temsillerini kapsayacak şekilde geniş bir biçimde ele alınmaktadır (Barry, 2020, s. 3). Görsel tasarım, farklı görsel unsurlar aracılığıyla bilgi iletimini amaçlayan sanatsal bir hikâye yaratma yöntemidir. Görsel tasarım, illüstrasyon, fotoğraf, sanat ve reklamcılıkta olduğu gibi, bir görüntü, alıntı, kampanya, film veya animasyon şeklinde de karşımıza çıkabilmektedir.

Görsel tasarımın nasıl işlediğini anlamak için öncelikle tasarım ilke ve ögelerinin ne olduğunu anlamak gerekmektedir (Evans & Thomas, 2013, s. 4). Bu nedenle çalışmanın bir sonraki bölümünde görsel tasarımın ögeleri ve temel ilkeleri açıklanacaktır.

2.1. Görsel Tasarımın Temel Ögeleri

Birçok şeyin tasarımına uyarlayabilecek, doğru uygulandığında tasarımın görsel değerini artırabilecek altı temel görsel tasarım ögesi bulunmaktadır (Felke-Morris, 2019, s. 80). Bu görsel tasarım ögeleri; çizgi, şekil, doku, renk, ton, alandır.

Çizgi: Hem görsel hem sözlü iletişimde kullanılabilecek, son derece fonksiyonel ve çok yönlü bir araç olan çizgi (Gezer, 2019, s. 597), genişliği ve derinliği olmayan, sonsuz sayıda noktadan oluşan tek boyutlu bir geometrik şekildir (Brainard, 1998, s.26). Çizgilerin ve çeşitli elemanların bir arada kullanılması, tasarımın diğer unsurları olan biçim ve değerin gelişmesini sağlamaktadır (Gezer, 2019, s. 598).

Şekil: Şekil, çeşitli renkler, değerler veya dokularla oluşturulmuş çizgilerle çevrili olan alan anlamına gelmektedir (Stewart, 2002, s. 6). Şekiller, tasarımı zenginleştirmesinin yanı sıra algıyı da hızlandırmaktadır. Ayrıca, sembol oluşturma ve üslup geliştirme amacıyla kullanılmaktadır (Gezer, 2019, s. 601).

Renk: Renk, bir tasarımın ruhunu ve karakterini belirleyen, etkileyiciliği ve vurguyu arttıran görsel tasarımın en önemli yapı taşlarından birisidir (Becer, 2011, s. 57). Bir tasarım ögesi olarak renk, herhangi bir görsel imgenin pratik, kültürel, psikolojik ve ifade boyutlarını yükseltmektedir. Renk, sözcüklerin veya resimlerin yardımı olmadan hemen

iletişim kuran içsel bir anlam taşımaktadır. Renk, tüm görsel ilkeleri destekleyici bir role sahip olan renkler diğer ögelere uygulanabilmektedir (Evans & Thomas, 2013, s. 25).

Ton: Görsel tasarımda ton kullanımı, ilgi merkezi oluşturmak, vurguyu sağlamak ve kullanılan görsele derinlik kazandırmak için sıklıkla tercih edilen bir tasarım ögesidir (Arıkan, 2009, s. 42).

Doku: En yalın tanımlamayla görsel tasarımda doku; gözde oluşan dokunma etkisidir (Gezer, 2019, s. 598). Dokuyu bir nesnenin yüzey kalitesini doğrudan etkileme gücüne sahip pürüzlülüğü veya pürüzsüzlüğü olarak tanımlamak mümkündür (Brainard, 1998, s.54). Görsel doku, işaretlerin ve şekillerin tekrarı yoluyla da yaratılabilmektedir (Stewart, 2002, s. 13). Doku, bir kompozisyondaki elemanların kendiliğinden tekrarlanma hissini verdiği, rastgele ve organik tekrarlardan oluşabileceği gibi, düzenli ve sabit tekrarlardan da oluşabilmektedir. İkinci durumda, bu tür bir doku patern veya geçme olarak adlandırılmaktadır etkisidir (Gezer, 2019, s. 599).

Alan: Temel anlamda, alan, diğer öğeler tarafından aktive edilen bir bölgedir (Evans & Thomas, 2013, s. 19). Görsel tasarımda alanın etkili bir şekilde kullanımı, tasarımın dengeli, estetik ve işlevsel olmasını sağlayarak, tasarımın düzenlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak bu ögelerin dinamik ve görsel olarak etkili bir şekilde sunulması için, görsel ögelerin etrafındaki alanın da tasarlaması gerekmektedir**.**

2.2. Görsel Tasarımın Temel İlkeleri

Tasarım, temel ilkeler ve ögeler üzerine inşa edilen bir iletişim biçimidir. Bu ilkeler, düzen ve görsel ilgi yaratmak için öğelerle birlikte düzenlenmesinde uygulanan yöntemlerdir (Evans & Thomas, 2013, s. 3). Tasarım ilkeleri, tasarım ögelerini bir araya getirmek için kullanılan kılavuzlardır (Brainard, 1998, s. 92).

Denge: Bir sayfadaki unsurların dengeli bir şekilde yerleştirilmesi ile tasarımda görsel bir denge oluşturulmaktadır (Bedir Erişti, 2017, s. 108). Merkezi konumdan yayılan denge, tüm öğelerin merkez noktadan dışarıya doğru yayılarak görsel ağırlığın eşit bir şekilde dağılması anlamına gelmektedir (Brainard, 1998, s. 101). Hizalama, ortalama ve büyük ile küçük parçaların algıyı destekleyici şekilde düzenlenmesi, tasarımda dengeyi sağlamaktadır (Bedir Erişti, 2017, s. 108).

Görsel tasarımda dört tür denge çeşidi bulunmaktadır: Simetrik, asimetrik, radyal ve kristalografik. Simetrik dengede, öğeler bir merkez ekseninin her iki yanında aynı veya

çok benzer şekilde düzenlenmektedir. Asimetrik denge, farklı sayılar, boyutlar veya türdeki öğeleri kullanarak denge yaratma sanatıdır. Görsel sanatlarda, dinamik denge; değer, şekil, renk, doku, boyut, yerleşim veya hatta tip ve fotoğraf ya da illüstrasyon gibi görüntü türünü değiştirerek elde edilmektedir. Radyal denge, bir merkez noktadan yayılan öğelerin düzenlenmesini içermektedir. Kristalografik denge, bir tasarım yüzeyinde benzer öğelerin eşit dağılımıdır. Kristalografik motifler, boyut ve renk ile çeşitlilik sunan tekrarlayan desenlerdir (Evans & Thomas, 2013, s. 11-12).

Vurgu: Bir tasarımda odak noktası oluşturarak en önemli unsura nasıl dikkat çekeceğimizi belirleme süreci (Stewart, 2002, s. 3) olarak vurgu, hiyerarşik yaklaşıma dayalı öne çıkarılan tasarım ögelerinin etkisi olarak tanımlanmaktadır (Bedir Erişti, 2017, s. 112). Vurgu birden fazla öge üzerinde olabilir ve dikkat çekicidir. Vurgu, tasarımın tümüne hakimiyet sağlamaz, yani en geniş alanı kaplamaz, ancak her zaman fark edilerek tasarımın genel yönüne rehberlik edebilmektedir (Gezer, 2019, s. 608). Vurgu, renk, görsel ağırlık, yoğunluk gibi çeşitli ögelerle elde edilebilmektedir (Evans & Thomas, 2013, s. 14).

Bütünlük: Bütünlük, görsel tasarımda çeşitliliğin kontrolünü sağlayan, öncelikli bir ilkedir (Evans & Thomas, 2013, s. 5). Bütünlük, her bir parçanın yalnızca kendi başına değil, tüm tasarımın bir parçası olarak bir anlam ifade etmesidir (Brainard, 1998, s.112). Tüm unsurların birbiriyle uyumlu bir şekilde bir araya getirilmesi, sayfanın bütünlüğünü sağlamaktadır. Bir tasarımın ana amacı da zaten bu görsel bütünlüğün sağlanmasıdır (Gezer, 2019, s. 609).

Ritim: Ritim ilkesi, bir veya birden fazla öğenin zaman veya mekânda belirli aralıklarla tekrarı ile oluşmaktadır. Ritim duygusuna sahip tasarımlar, çalışmalara dinamiklik katmaktadır (Gezer, 2019, s. 607). Tekrarlayan görsel ve metinsel unsurların düzenli bir ritim oluşturması, tasarımın akıcılığını artırmaktadır.

Yön: Yön, tasarımın algılanışını etkileyen önemli bir tasarım ilkesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Şimşek İşliyen, 2014, 53). Yön, bir tasarımda dikey, yatay, eğrisel veya çapraz hareketlerle oluşturulan görsel akışlardır (Bedir Erişti, 2017, s. 108). Görsel tasarımda kullanılan pek çok görsel öge ile yön ilkesi sağlanabilmektedir (Şimşek İşliyen, 2014, 53). Tasarımda görsel öğelerin yerleştirilme biçimiyle dikkatin belirli bir yöne veya noktaya çekilmesi amaçlanarak bir tasarımı irdeleyen bireyin gözünün tasarım boyunca nasıl hareket edeceğinin kararı sağlanmaktadır.

2.3. Bir Haber Mecrası Olarak Gazetede Görsel Tasarımın Haberin Sunumuna Katkıları

Haber sunumunu, üretilen haberlerin gazete içerisinde hangi şekilde ve hangi sırayla yer alacağının belirlenmesi sürecidir. Gazeteciler, her gün meydana gelen milyonlarca olay ve bu olaylara ilişkin binlerce haber arasından belirli bir sayıda haberi seçip düzenleyerek halka sunmaktır (Yüksel, 2018, s. 83). Haber kararına ilişkin olan bu süreçte günlük olaylar okurlara sunulabilecek bir ürüne dönüştürülmektedir (Reese, 2009, s.9). Bir habere atfedilen önemlilik derecesi, haber hiyerarşisi olarak adlandırılmaktadır. Haber hiyerarşisi, gazetede yayınlanacak haberlerin hangi öncelik sırasına göre düzenleneceğinin, hangi haberlerin öne çıkacağının ve bu haberlerin gazetenin hangi bölümlerinde yer alacağının tespit edilmesidir. Hiyerarşi sayfa düzenini sade, düzenli ve anlaşılır kılmaktadır (Ambrose & Harris, s. 2017, s.182).

Reese (2001), gazetecilerin kararlarını etkileyen faktörleri mikrodan makroya doğru sıralamaktadır. Hiyerarşinin en alt seviyesinde gazetecilerin tutumları, eğitimi ve geçmişi gibi bireysel özellikler bulunmaktadır. Bir üst seviyede, haber üretim süreçlerinde kullanılan rutinler ve gazetecilik normları yer almaktadır. Örgütsel seviyede ise medya kuruluşlarının iç yapısı, örgüt kültürü ve yönetim politikaları incelenmektedir. Medya dışı seviyede hükümet, ekonomi ve hukuk gibi dışsal etkiler devreye girmektedir. En üst seviyede ise toplumun ideolojik yapısı ve kültürel normlarının medya içeriklerine etkisi ele alınmaktadır (Reese, 2001, s. 178).

Haber hiyerarşisinin en üstünde, yüksek haber değeri taşıyan ve yayın politikasıyla yakından ilişkili olan stratejik haber kararları bulunmaktadır. Birinci sayfaya ilişkin haber kararlarının tamamı stratejik haber kararları kategorisindedir. Bu nedenle, birinci sayfanın içerik ve tasarımına ilişkin kararlar, diğer haberlerden ayrı olarak, birinci sayfa toplantısında ele alınmaktadır (Küçüközyiğit, 2014, s. 179). Birinci sayfada haber hiyerarşisinde önem sıralaması manşet haberi ile başlamaktadır. Günün en önemli gelişmesini vurgulayan manşet haberi, gazetenin birinci sayfasında dikkat çekici bir şekilde sunulmalıdır. Sayfadaki diğer haberlerin konumu da yine haberin önemlilik durumuna göre belirlenmektedir. Sayfanın üst kısmında verilen haberler, orta kısımdaki haberlere göre, orta kısımdaki haberler ise alt kısımdaki haberlere göre daha değerlidir (Yüksel, 2018, s. 85).

Bir gazetedeki haberlerin sunumundaki en önemli unsurlardan biri sayfa tasarımıdır (Arıcan, 2001, s. 32). Sayfa tasarımı, metin ile görsel ögelerin bir tasarım içerisinde yerleştirilmesidir (Ambrose & Harris, 2019, s. 6). Sayfa tasarımı ile bir gazetenin kimliği oluşturulmaktadır. Bir gazetenin kimliği, havası ve etkisi sayfa tasarımında kullanılan prensiplerle yani gazetenin haberi sunuş biçimi ile doğrudan ilişkilidir (Başkut, 1967, s. 212). Gazetede sayfa tasarımının haberin sunumuna katkısı şu şekildedir: Gazeteyi görsel açıdan çekici ve ilginç hale getirmek; gazetede mümkün olduğunca yalın ve net bir dil kullanmak; gazetenin okuru için haberleri önem sırasına göre sıralamak; gazetede görsel bir kimlik inşa etmek ve bunu gazetenin bütününde sürdürebilmek (Bronson, 1981, s. 55 akt. Arıcan, 2004, s. 24).

Gazetenin sayfa düzeni, bu sayfa düzeni içerisinde hangi haberlerin öne çıkarılacağını, hangi görsellerin kullanılacağını ve okuyucunun haberi nasıl algılayacağını belirlemektedir. Bu nedenle bir sayfa tasarlanırken haberin önemini vurgulayabilmek, göz önünde bulundurulması gereken ilk hedeftir. Bu hedef doğrultusunda, haber sunumunda ölçülü büyüklükte başlıklar kullanılması okuyucunun haberi hızla tanımasını sağlamaktadır. Ayrıca, spotlar da okurların dikkatini çeken bir diğer unsurdur. Fotoğraf kullanımı da haberlerin görsel olarak desteklenmesini sağlamaktadır. Doğru bir şekilde yerleştirilen fotoğraflar, haberin daha etkili bir şekilde iletilmesine katkıda bulunmaktadır. Tüm bu unsurların sayfa üzerinde düzenli, anlaşılır ve dikkat çekici bir şekilde yerleştirilmesi, okuyucunun haberleri kolayca takip etmesini olanaklı hale getirmektedir. Böylelikle, gazetede sayfa tasarımı, haberi yalnızca metin olarak değil, bütünsel bir görsel deneyim olarak sunulmasını sağlamaktadır.

2.4. Bir Haber Mecrası Olarak İnternet Haber Sitelerinin Görsel Tasarımının Haberin Sunumuna Katkıları

Bir internet sitesinin tasarımında öncelikli amaç, iletilecek görsel ve metinsel ögelerin, okuyucunun en az çabayla algılamasını sağlayacak biçimde sunulmasıdır (Ambrose & Harris, 2019, s. 9). İnternet haber sitelerinde haberin sunumu, okuyucunun habere erişimini büyük ölçüde etkilemektedir. Bunun öncelikli sebebi internet haber sitelerinde, yazılı haberlerin yanı sıra video, ses ve infografikler gibi farklı medya biçimlerinin de bulunmasıdır. Bu farklı medya biçimlerinin sunum şekli kullanıcı deneyimi ile bir araya gelerek haberlere erişimi ve okuma deneyimini şekillendirmektedir (Levinson, 1999, s.

7). İnternet haber sitelerinin tasarımının kullanıcıyı habere odaklayacak bir tasarıma sahip olması gerekmektedir. Görsel ögelerin kullanım kurallarına uygun olarak yapılmış bir tasarım ile sunulan haber, öncelikle okurun haberi kolaylıkla okumasını sağlamaktadır. Görsel ögelerin doğru kullanımı aynı zamanda okuyucuların içeriği daha iyi anlamasına da yardımcı olmaktadır.

Gazetelerde olduğu gibi internet haber sitelerinde de haber hiyerarşisi oldukça önemlidir. İnternet haber sitelerinde haber hiyerarşisi, gazetelerde olduğu gibi belirli bir öncelik sırasına göre yapılmaktadır. Bu nedenle tıpkı gazetelerde olduğu gibi internet haber sitelerinde de öncelikli habere manşette yer verilmektedir. Fakat internet haber sitelerinde, gazetelerden farklı olarak birden fazla manşet haberi yer alabilmektedir. Ana sayfada yer alan slayt şeklindeki manşet bölümü ile birden fazla haber buraya konumlandırılabilmektedir. Manşet haberinden daha az önemli ancak hala önemini koruyan haberler, okurun ekranda sayfayı aşağı kaydırmadan görebilmesi gerekmektedir. Daha az önemli olan kısımlar daha küçük alana sahip olmaktadır. Böylelikle haberler önceliklendirilerek, okurların en güncel ve önemli bilgilere kolayca erişmesi sağlanmaktadır. İnternet haber sitelerinde haber hiyerarşisi, kullanıcıların önemli haberlere hızla erişmesini sağlarken, aynı zamanda internet haber sitesinin okunabilirliğini de artırmaktadır.

2.5. Görsel Kimlik ve Haber Mecraları İçin Görsel Kimliğin Rolü ve Önemi

Görsel kimlik, bir ürün, hizmet veya kurumun tanımlanabilir fiziksel özelliklerini ifade etmektedir (Bettaieb & Alsobahi, 2022, s. 111). Görsel kimlik, kurumsal kimliğin ayrılmaz bir parçasıdır. Kurumsal kimlik, bir şirketin veya kuruluşun kendisini nasıl tanıttığını ve temsil ettiğini belirleyen görsel, yazılı ve kültürel unsurların bütünüdür. Bu kimlik, kuruluşun imajını, değerlerini ve kişiliğini yansıtarak, kurumun özgün değerini güçlendirmeyi amaçlamaktadır (Baker & Balmer, 1997, s. 367). Kurumsal kimlik, görsel kimlik ile ilişkilendirilerek bir kurumu diğerleri arasında farklı kılacak unsurların ortaya konduğu, kurumun özgün değerleri ile uyumlu bir şekilde tasarlandığı kapsamlı bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bir markanın görsel kimliği, logosu, renk paleti, tipografisi, görselleri ve diğer tasarım unsurları dahil olmak üzere onu temsil eden ve tanımlayan görsel ögelerin bir kombinasyonudur.

Görsel kimlik, hedef kitlenin bir marka hakkında görebileceği ve hissedebileceği her şeyin bütünsel bir kapsülüdür ve marka ile benzersiz görsel unsurları arasındaki tutarlı bir ilişki aracılığıyla ortaya çıkmaktadır (Bettaieb & Alsobahi, 2022, s. 112). Bir markanın görsel kimliği markanın sahip olduğu stratejisi ile uyumlu olması gerekmektedir. Bu noktadan hareketle bir marka için görsel bir kimlik oluşturulabilmesi için öncelikle o markanın değerlerini, kişiliğini ve hedef kitlesini net bir şekilde ortaya koyması oldukça büyük önem arz etmektedir.

Özgün değeri bulunan bir görsel kimlik, markayı sektördeki diğer markalardan ayırarak, marka tanınırlığı arttırmaya yardımcı olmaktadır. Bir görsel kimlik, markayı öne çıkaran somut ve görünür unsurlar aracılığıyla yansıtılmaktadır (Bettaieb & Alsobahi, 2022, s. 112). Dolayısıyla bir görsel kimlik inşa edilirken kullanılan renk, tipografi, görsel kullanımı ile eşsiz olmalıdır. Böylelikle hedef kitle, görsel kimliğin bütününü oluşturan tek bir ögeyi gördüklerinde dahi markayı hemen tanıyabilmeli ve tanımlayabilmelidir (Oppelt, 2023).

Köklü kuruluşların logoları kuruluşun tarihsel köklerini ve orijinalliğini kapsamaktadır. Bernstein (1986), logonun kendisinin değil, temsil ettiği şeyin değerli olduğuna işaret etmektedir (Baker & Balmer, 1997, s. 378). Kuruluşun kimliğinin sahip olduğu duruşu en belirgin biçimde ortaya koyan bir diğer görsel kimlik ögesi ise tipografidir. Tipografi yalnızca bir araç değil, kuruluşun görsel kimliğini, görsel denge içerisinde estetik biçimde sunumunu sağlayan önemli bir görsel kimlik ögesidir. Bir kuruluşun görsel kimliğinde benimsenen renk paleti, kuruluşun kullandığı görsel ögeler arasında tutarlı bir görünüme kavuşmasını sağlayan bir diğer önemli görsel unsurdur.

Görsel kimlik sayesinde hedef kitle ile marka arasında duygusal bir bağ geliştirilerek markaya karşı sadakat ve güven oluşturulmaktadır. Görsel kimlik, aynı zamanda bir kalite işareti olarak işlev görmesi bakımından yalnızca duygusal bir tepki uyandırmakla kalmayıp aynı zamanda kurumsal iletişim görevini de kolaylaştırmaktadır (Baker & Balmer, 1997, s. 378). Başarılı bir görsel kimliğin daha fazla görünürlük ve daha çok tanınabilirlik sağlarken zayıf bir görsel kimlik, kurumun etkili bir izlenim bırakmasını engelleyerek tanınabilirliğinin ve güvenilirliğinin azalmasına yol açabilmektedir (Baker ve Balmer 1997, s. 369).

Haber mecraları diğer haber mecralarından farklılaşmak ve okurun gözünde bir yer edinebilmek için kendilerine ait bir kimlik geliştirmelidirler. Buna yayın kimliği

denilmektedir. Yayın kimliği, editoryal kimlik ve görsel kimlik olarak iki aşamadan oluşmaktadır (Kirişcan vd., 2020, s. 103). Editoryal kimlik, haber medyasının, medya kuruluşunun sahip olduğu yayın politikaları, politik yaklaşımları ve içeriğin kendi içinde düzenlenmesidir (Kirişcan vd., 2020, s. 107). Görsel kimlik ise haber medyası üzerinde, görsel ögelerin inovatif biçimde tasarlanarak özgünleştirilmesidir (Wrona, 2015, s. 108). Her haber medyası, kendi görsel kimliğini, yayın politikalarını destekleyecek çerçevede yaratmaktadırlar (Kenix, 2013, s.837). Gazetenin görsel kimliğinin ortaya konulabilmesi için gazetenin temel değerlerini ifade eden bir tasarıma ihtiyaç bulunmaktadır (Ibrahim & Ibrahim, 2018, s. 167). Görsel ögelerin, haberlerin sunumunda etkili bir biçimde kullanılması, haberin kimliğini destekleyerek haber medyasının görsel kimliğini oluşturmaktadır (Machin & Niblock, 2008, s. 257). Bir gazetenin ham maddesi haberdir, bir sayfa üzerinde haberi oluşturan ögelerin özgün kullanım biçimi ise görsel kimliği meydana getirmektedir. Haberin sunumu bu görsel kimlik ile daha özgün bir değer kazanmaktadır (Wrona, 2015, s. 108).

3. BÖLÜM: GAZETE MİZANPAJI ÜZERİNE

Fransızca "la mise en page" teriminin Türkçeye geçmiş versiyonu olan mizanpaj terimi (Tiryakioğlu, 2012, s. 7), bir sayfada yer alan metnin ve görsel ögelerin estetik kaygılar göz önünde bulundurularak sayfa üzerine yerleştirilmesidir (Mazlum, 2006, s. 159). Mizanpajda sayfa düzeninin temel ilkeleri, farklı sayfa ögelerini açıkça sunan dengeli bir tasarıma ulaşmak amacıyla yüksek yaratıcılık düzeyi elde etmek için kullanılabilirken, temel amaç işlevselliktir (Ambrose & Harris, 2019, s. 103). Mizanpaj katı kurallara sahip bir çalışma olmamasına karşın yaratıcı ve kişilikli görünebilmesi için belirli kurallara dikkat etmek gerekmektedir (Tiryakioğlu, 2012, s. 12).

3.1. Gazete Mizanpajının Temel Ögeleri

Gazete mizanpajını oluşturan temel öğeler, görsel ve içeriksel bütünlüğünü sağlamaktadır. Gazete mizanpajı, bu öğelerin uyum içinde bir araya gelmesini olanaklı hale getirmektedir.

3.1.1. Gazete Mizanpajında Haber Metni Kullanımı

Haber metni, bir haberi aktarmak için kullanılan yazılı anlatım şeklidir (Arıcan, 2001, s. 34). 5N-1K sorularının cevaplarının yer aldığı habere konu olan olay veya durumun kapsamlı bir şekilde açıklandığı yazı olan haber metni, ilgili olayın gerekli tüm detaylarını sunmaktadır (Hough, 1984, s. 62). Haber metinleri, bir giriş ve bir gelişme paragrafından oluşurken, ayrıca bir sonuç paragrafı da içermektedir (Hough, 1984, s. 60). Haberin okura iletilebilmesi için metnin anlaşılır ve okunaklı olması beklenmektedir (Lawler, 2006, s. 116). Dolayısıyla da haber metinlerinin biçim ve içerik bakımından bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. İyi bir haber metninin, açıklık, odak, nesnellik ve güvenilirlik niteliklerine sahip olması gerekmektedir (Vakati & Rajaram, 2023, s. 61). Bu özellikleri, olayların doğrudan ve doğru bir biçimde aktarılması, tanıkların sağladığı kanıtların kullanılması, güvenilir kaynaklardan bilgi temin edilmesi, zaman, kişiler ve olaylar için kesin ve doğru sayısal verilerin kullanılması, düşüncelerin ifade edilmesinde alıntılardan yararlanılması, olaylar arasında ilişkiler kurulması, davranışsal ve duyuşsal değişimlere yol açabilecek bilgi sağlanması şeklinde açıklamak mümkündür (Dilidüzgün, 2010, s. 211). Haber metin bir tasarımın temel dayanağı olması sebebiyle de sayfa üzerindeki

kurgusu, modern iletişimin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır (Ambrose & Harris, 2017, s. 22).

3.1.1.1. Gazete Mizanpajında Haber Başlığı Kullanımı

Haber başlıkları, bir hedefe götüren yol göstericilerdir (Garcia, 2002, s. 15). Haber başlıkları, haberinin konusunun ve haber metninin ana içeriğini özetlemesinin yanı sıra okuyucunun haber metnini kavramasına da yardımcı olmaya çalışmaktadır (Bonyadi & Samuel, 2013, s. 1). Haber başlıkları, okuyucuların dikkatini çekmek ve onları haber metnini okumaya teşvik etme işlevine de sahiptir (Kuiken, Schuth, Spitters, & Marx, 2017, s. 1302).

Sayfanın genel görüntüsünü etkileyen haber başlıkları, gazetenin estetik görünümünü büyük oranda etkilemektedir (Şeker, 2004, s. 63). Bir haberi ilgi çekici hale getiren görsel ögeler kadar önemli bir yeri olan haber başlıkları, yayın ile okuyucu arasında güçlü bir bağ kurulmasını sağlamaktadır (Caldwell & Zappaterra, s. 87). Bu sebeple haber başlığında uygun boyut, konumlandırma ve uygulama büyük önem taşımaktadır. Ancak başlıktaki ilgi çeken düşüncenin spotta tekrar etmemesi gerekmektedir (Garcia, 2002, s. 15). Haberin başlıklarının gazete sayfası üzerinde haberin ana hatlarını belirlemek üzere tasarlanması gerekmektedir.

3.1.1.1.1. Gazete Mizanpajında Başlıkların Düzenlenmesi

Haber başlığı gazetenin mizanpajında kullanılan en büyük puntoya sahiptir. Bu sayede okuyucuda haberle ilgili merak uyandırılarak haberin okunmasına teşvik edilmektedir.

Başlıkların büyüklüğü haberin kapladığı alana göre değişeceğinden önceden belirlenmiş bir punto kullanımı mümkün olmamaktadır. Fakat yine de gazetede hangi konumdaki haberlerde hangi aralıktaki puntoların kullanılabileceği önceden belirlenmesi gerekmektedir (Şeker, 2004, s. 64). Ayrı haber başlıkları birbirini kapsamamalı; ana başlığın altında sadece o başlıkla ilgili unsurlar bulunması gerekmektedir. Bu sayede başlıklar, sayfada bulunan haberlerle karışmayarak haberler arası gruplandırma işlevi görmektedir. Ayrıca başlık, sayfanın düzenli görünüm kazanmasına katkı sağlamaktadır (Şimşek İşliyen, 2016, s. 92).

Manşette yer alan haberin başlığı, belli bir mesafeden dikkat çekecek şekilde tasarlanması gerekmektedir. Öte yandan bu manşet haberine dikkat çekebilmek amacıyla kalın ve

siyah yazı karakteri kullanılabilir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 93). Bu sayede yazı karakterleri çok yer harcamadan başlıkları etkili biçime dönüştürebilmektedir (Parker, 1999, s.127). Ancak aynı sayfa içerisinde birden fazla kalın ve siyah yazı karakteri kullanımından kaçınılmalıdır (Şimşek İşliyen, 2016, s. 93).

Ana başlıklarda büyük harf kullanımından kaçınılmalı ve ana başlığının tek satırdan oluşmasına dikkat edilmelidir. Gazetenin ana başlığında kullanılmak üzere birkaç temel yazı karakteri bulunmalı, gazetenin bütününde de bu yazı karakterleri kullanılmalıdır. (Şimşek İşliyen, 2016, s. 94). Kısa haber başlığı cümlelerine etkinlik kazandırmak çok daha kolay olacağı için uzun ve gereksiz cümlelerden oluşan başlıklardan olabildiğince kaçınılması gerekmektedir (Parker, 1999, s.151).

3.1.1.2. Gazete Mizanpajında Spot Kullanımı

Spotlar, haberin en önemli ve ilginç kısımlarının özetlendiği bir ya da birkaç cümleden oluşan bölümdür (Şeker, 2004, s. 56). Spotlar, haber metninde başlıklardan sonra göze çarpan yerdir. Bu sebeple dikkat çeken bir tasarımla okurun haberde kalmasına yardımcı olmaktadır.

Garcia, okurların ana haber metnini okumadığını ve bu sebeple de spotların haber metninin genel çerçevesini okura vererek haberin bilgilendirme görevini üstlendiğini belirtmektedir (Sneider & Raue, 2000, s. 152; Şeker, 2004, s. 56). Dolayısıyla spotların, haber metninde kullanılan yazı karakterinden daha büyük ve kalın olması gerekmektedir. Ancak spotların, yan yana ya da alt alta verilen aynı habere ait diğer spotlarla genişliğinin aynı olmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Özellikle yan yana sıralanan spotların genişliklerinin farklı olmaması görsel estetik açısından oldukça önemlidir (Şeker, 2004, s. 58).

3.1.1.3. Gazete Mizanpajında Haber Alt ve Üst Başlıkları Kullanımı

Haberde alt başlık ya da üst başlık kullanılmasının sebebi ana başlıkta yeterli bilgi verilmediğinde bu eksikliğin giderilmesidir (Westley, 1980, s.132; Arıcan, 2001, s. 36). Ayrıca uzun haber metinlerini okuyan okur için haberde bulunan alt başlıklar okura bir duraksama sağlarken, okurun metinden uzaklaşmasına engel olmaktadır. Bunun yanı sıra alt başlıklar, okura haber metninin ana hatlarına dair ön bilgi vermektedir.

Alt ve üst başlıkların yazı karakterinin boyutu, haber metninden en az bir punto daha büyük olmalıdır. Ayrıca metin ile alt üst başlıklar arasına beyaz alan boşluğu bırakılmalıdır (Garcia, 2002, s. 68).

3.1.1.4. Gazete Mizanpajının Metin Bloklama Biçimi

Dekoratif niteliklere karşı duyarlı olan Antik Mısırlılar, el yazmalarında metinleri blok biçiminde kullanarak metin bloklamanın ilk örneklerini oluşturmaktadır. Bir el yazması tasarımcısının dört metin bloklama seçeneği bulunmaktadır: Yatay olarak soldan sağa; dikey sütunlar halinde soldan sağa, yatay olarak sağdan sola ve dikey sütunlar halinde sağdan sola (Meggs & Purvis, 2006, s. 28). Antik Mısır'dan günümüze kadar geçen süreç içerisinde metin bloklama biçimleri temel prensipler korunarak günümüze kadar ulaşmıştır.

Haber metninin okunaklılığı metnin bloklama biçimi ile doğrudan ilişkilidir. Metinler dikey ve yatay biçimde hizalanabilmektedir. Dikey hizalama, bir alandaki yazının dikey olarak hizalanmasıdır ve metin ortada, üstte veya altta olabilirken, yatay hizalama ise metnin yatay olarak hizalanmasıdır. Böylelikle yatay olarak hizalanan metin daha kolay bir şekilde bloklanabilmektedir.

Sola hizalama biçimi metnin okunmasını kolaylaştırmaktayken, sağa hizalama küçük metinler için daha kullanışlı olmaktadır. Ortaya hizalama, resmi metinlerde ve kapak tasarımlarında kullanılmaktadır. İki yana yaslı hizalama biçimiyle ise metin daha düzgün bir görünüme sahip olmaktadır.

Sola hizalanmış yerleştirme biçiminde metin, sol kenar boşluğuna göre hizalanırken, sağa hizalanmış yerleştirme biçiminde ise, metin sağ kenar boşluğuna göre hizalanmaktadır. Bu metin yerleştirme biçiminde tutarlı bir metin başlangıç noktası bulunmaması sebebiyle okuma zorluğu meydana gelmektedir. Metin, ortaya hizalandığında sayfanın ortasına konumlanarak hem sağ hem sol boşluklar simetrik bir hale gelmektedir.

İki yana yaslı hizalama biçiminde bütün satırlar tamamen aynı uzunluktadır ve gazeteler, satır başına maksimum kelime kullanımını sağladığı için bu yapıyı tercih etmektedirler (Parker, 1999, s.130). Ayrıca iki yana yaslı metnin sahip olduğu düzenli izlenim, haber sütunlarının imajına da uygun olmaktadır (Quinn, 2001, s.84). Ancak bu şekilde hizalama yapıldığında ortaya nehir olarak adlandırılan bir hata meydana gelmektedir (Uçar, 2004, s. 129). Bu problemin ortaya çıkmaması için kelimelere tireleme yapmak bir

gerekmektedir (Ambrose & Harris, 2005, s. 74). Aynı zamanda metnin satır genişliğini değiştirerek nehir yaratmayacak bileşkeler oluşturulabilmektedir (Uçar, 2004, s.129).
Sola hizalanmış yerleştirme şeklinde sağ sınır tam anlamıyla belirgin olmamaktadır. Her satırın kendine özgü bir uzunluğu bulunmaktadır. Sola hizalanan metinlerde kelimeler, satır sonuna hizalanmak zorunda olmadıkları için kesilmemektedirler. Metin sola yaslandığı için otomatik olarak sağ kenar girintili çıkıntılı bir görünme sahip olmaktadır (Ambrose & Harris, 2019, s. 76). Bu yerleştirme şeklinde bütün satırlar incelenip hiçbirinin üstündekine göre çok kısa ya da çok uzun olmamalıdır. Sağ taraftaki düzensiz yapının okuru rahatsız etmemesi gerekmektedir (Parker, 1999, s.129). Sola hizalanmış metinde kelime ve satır aralarındaki boşluklar eşit olduğu için resmi olmayan ve okunması kolay bir izlenim yaratmaktadır.

3.1.2. Gazete Mizanpajında Tipografi Kullanımı

Yazının icadı, insanın geçmişi hakkında konuşabilmesini sağlayan insanlık tarihindeki en önemli teknolojik ilerlemedir: yazı bilgiyi maddi hale getirmiştir (Gruszynski, Damasceno, Sanseverino & Bandeira, 2016, s. 36). Yazının icadı insanlara medeniyetin ışıltısını getirmiş ve zor kazanılan bilgi, deneyim ve düşüncelerin korunmasını mümkün kılarak (Meggs & Purvis, 2006, s. 21) çağlar boyunca bir görsel öge olarak kendine yer bulmuştur (Uçar, 2004, s. 95). Konuşmanın görsel karşılığı olarak tipografi (Meggs & Purvis, 2006, s. 21) yazılı bir fikre görsel bir biçim verilmesi anlamına gelmektedir (Ambrose & Harris, 2017, s.38). Tipografi bir metne, estetik, niteliklilik, okunurluk ve imaj kazandırma etkisi bulunmaktadır (Mazlum, 2006, s. 45). Georges Jean tipografinin sahip olduğu ve metne kattığı zarafeti şu cümlesiyle aktarmıştır: “Tipografi sanatı, inceden kalına, kısadan uzuna doğru giden sayısız biçimsel oyun arasında yapılan doğru bir seçimin yardımıyla metnin yorumlanıp düzenlenmesine dayanır” (2023, 141). Kanadalı tipograf Robert Bringhurst, “Tipografi içeriği onurlandırmak için mevcuttur” (1996, s.17) diyerek metne zarafet katan yegâne unsurun tipografi olduğunu vurgulamıştır.
Bir gazetenin temel malzemesi yazıdır. Bu sebeple tipografi, sayfanın düzeni bakımından oldukça önemli bir faktördür (Şeker, 2004, s. 8). Haber metinlerinde, başlıkların, spotların, resim altı yazıların gazete sayfasına aktarılması sırasında kullanılacak yazı

karakterleri ile bu yazı karakterinin boyutu, boşlukları ve paragraf ile sütunlar arası boşlukları bir araya gelerek bir gazetenin estetik yönünü ortaya koymaktadırlar.

Tipografi, okuyucuların bir gazetede istediği haberi kolayca bulma ve onu okuma keyfini doğrudan etkimektedir (Quinn, 2001, s. 73). Tipografi, okuyucuların gözleri bir sayfaya geldiğinde ilk on saniye içerisinde algıladıkları görünüm ve hissin anahtarıdır (Caldwell & Zappaterra, 2014, s. 48). Bir gazetenin tipografi seçimi, okuyucuların bu gazetedeki haberi ne kadar kolay okuyacağını doğrudan etkilemektedir (Quinn, 2001, s. 73). Bu sebeple haberin yazı karakterinin kolay okunabilir olması oldukça önemlidir. Haber metninin yazıları için 9 punto veya üzerinde yazı karakteri kullanmak gerekmektedir.

Kimi gazeteler yaşlı okur kitlesini düşündükleri için 10 puntoyu da tercih etmektedir. Başlıklar kalın ve büyük boyutlarda kullanılmalı ve yazı karakterleri koyu ve açık tonların kombinasyonlarıyla kontrast sağlamalıdır (Garcia, 2002, 46). Çok fazla yazı karakteri kullanmak okumayı zorlaştıran tipografik sebeplerden birisidir. Bu sebeple gazeteler haber metinleri için bir ana yazı karakteri belirleyerek, gazetenin tüm sayfalarında belirlenen bu yazı karakteri kullanılmaktadır (Şeker, 2004, s. 37).

Masaüstü yayıncılığa geçilmeden önce gazetelerin kullandıkları yazı karakterleri sınırlı sayıda ve standart ebatlardaydı. Günümüzde ise oldukça zengin yazı karakteri seçenekleri bulunmaktadır. Böylelikle gazeteler de kendi yayın stratejisine uygun yazı karakterlerini tercih etme, yazıları daha büyük, daha çarpıcı, farklı şekillerde ve renkli olarak kullanma imkanına sahip olmaktadırlar (Şimşek İşliyen, 2016, s. 50). Bu yazı karakterleri çeşitliliği zaman içerisinde faklı ihtiyaçları karşılamak üzere geliştirilmiştir. Günümüzde kaç tane yazı karakteri olduğunu söylemek mümkün olmamaktadır. Fakat çoğu yazı karakteri serifli ve sans serif olarak iki ana kategoriye ayrılmaktadır.

Serifli bir yazı karakterindeki bir harf, harf formunun ana gövdesi üzerinde gelen yapısal (abcdABCD) bir uzantıya sahiptir. Bazı durumlarda bu uzantı sadece tek bir yöne uzanabilmektedir (Bosler, 2012, s. 28). Serifler, ince, uzun, kısa, sivri, kavisli gibi birçok şekil ve boyutta olabilmektedir. Ancak hepsinin ortak noktası bir uzantıya sahip olmasıdır.

Sans serifli bir harfte, hiçbir uzantı (abcdABCD) bulunmamaktadır. Sans Fransızca "olmayan" anlamı taşımaktadır. Dolayısıyla sans serif ifadesi aslında serifsiz anlamına gelmektedir. Serifsiz harflerin bazıları ince ve narin, bazıları ise kalın ve tombuldur (Bosler, 2012, s. 28). Bu iki temel ayrımın yanı sıra yazı karakterleri temel stillere

sahiptir. Bu stilleri roman, italik, düz, kalın, yoğunlaştırılmış ve genişletilmiş olarak yedi temel kategoriye ayırmak mümkündür:

Roman stili günümüzde kullanılan pek çok fontun temeli olup, matbaacılığın ilk yıllarından beri Roma mezar yazıtlarına tarih boyunca yapılmış çeşitli tasarımlara dayanmaktadır (Ambrose & Harris, 2017, s.38). Antik Romalılar tarafından geliştirilen tarihi yazı karakterlerinden türetilen dik harf biçimleridir. Dizgi kopyalarının çoğunluğu romandır. Öğrenilen ilk yazı stili olmasının yanı sıra okunması en rahat olan yazı stilidir (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 15). Gövdesi ve kavisleri çoğu roman tarzı harf formundan biraz daha kalın olan Times New Roman yazı karakteri, İngiliz tipograf Stanley Morison, tarafından dünyanın önde gelen gazetelerinden Times gazetesi için tasarlanmıştır. Bu yazı karakteri gazetenin tipografik görünümü kökten değiştirmiştir (Meggs & Purvis, 2006, s. 239).

İtalik stili ise en yaygın ikinci yazı stilidir. Gerçek bir italik yazı karakteri sadece sağa eğimli roman karakterleri değildir, özellikle romana eşlik etmesi için yaratılmıştır. İtalik esas olarak sessiz vurgu için kullanılmaktadır (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 15). Açılı bir eksen kullanılarak çizilen yazı karakteri olan italik genellikle tırnaklı karakterler için kullanılmaktadır (Ambrose & Harris, 2017, s. 42). Bir haber metninde aşırı italik kullanımından kaçınılmalıdır (Garcia, 2002, s. 58). Çünkü tamamı italik fontlardan oluşan tasarımlar metinlerin okunmasına engel olmaktadır. İtalik yazı karakterleri yalnızca önemi vurgulanmak istenen kelime ya da kelime grubu için kullanılması gerekmektedir.

İtalik yazı karakterleri, önemi vurgulamak istenen kelime ya da kelime grupları için kullanıldığında, metnin okunabilirliğini ve vurgulayıcılığını arttırır.

Düz stil, bir yazı karakterinin standart ağırlığıdır. Düz, diğer tüm stillerin türetildiği temel stildir (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 15).

Kalın (bold) stil, normal yazı karakterinin daha kalın bir versiyonudur ve genellikle vurguyu artırmak için kullanılmaktadır. Kalın yazı stilleri ve ağırlıkları için çeşitli tanımlamalar arasında yarı kalın, ağır, siyah, ekstra bold ve ultra bold seçenekleri bulunmaktadır (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 15).

İnce stil, düz yazı karakterinin daha hafif veya daha ince bir versiyonudur (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 15).

Yoğunlaştırılmış stil, düz yazı karakterinin daha dar bir versiyonudur. Belirli bir alana daha fazla harf veya daha büyük bir yazı boyutu sığdırmak önemliyse yoğunlaştırılmış yazı karakteri özellikle tercih edilmektedir (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 15).

Genişletilmiş stil, düz yazı karakterinin daha geniş bir versiyonudur (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 15).

Yazı karakteri seçimi, sayfa düzenlemesi, boşluk (espas), satır uzunluğu, negatif alan, bütünlük, harf yapısı, okunaklılık, dizgi ve mizanpaj, harfin sahip olduğu ölçü (punto), renk algılanabilirliğini sağlamak için dikkat edilmesi gereken tipografik ögelerdir (Bedir Erişti, 2017, s.78). Kullanılacak yazı tipiyle ilgili en önemli nokta, metnin okunabilirliği ve açıklığıdır. Okunurluk metnin ne kadar kolay okunabildiği ile ilgiliyken açıklık harflerin belirginliği ile ilgili bir durumdur (Parker, 1999, s.138).

Tipografide yaygın olarak karşılaşılan iki temel hata bulunmaktadır. Bunlar, dul ve yetim sözcük kullanımıdır. Yetim sözcük, bir sütunun en üstünde görünen önceki sütuna ait kısa bir satırdır. Genellikle bir önceki sütundaki bir paragrafın son satırıdır. Sayfadaki konumu sebebiyle yetim sözcükler yalnızca dikkat dağıtmakla kalmamakta, satırın paragrafın geri kalanından ayrılması sebebiyle okur için karışıklığa da yol açmaktadır (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 69). Bir paragrafın son satırının başka bir sütunun en üstünde bırakılmaması gerektiği gibi, bir paragrafın ilk satırını da yine başka bir sütunun en altında bırakmamak gerekmektedir.

Dul sözcük, paragrafın sonunda yer alan kısa bir satırdır. Kaç kelimenin bir dul oluşturduğuna dair bir kural bulunmaktadır. Tek bir kelime, kısa bir cümle ya da tireli bir kelimenin son hecesi dul sözcük olabilmektedir (Craig, Scala & Bevigton, 2006, s. 69). Bu tipografik sorun da genellikle kolaylıkla düzeltilebilmektedir. Dul sözcüğün meydana geldiği paragraf içindeki bazı satırların yazı karakterlerinin boşlukları azaltılabilir, bazı durumlarda ise metnin yeniden yazılması gerekebilir. Tipografik bir hata olan dul ve yetim sözcükleri görmezden gelmek kesinlikle bir seçenek olmamalıdır. Bir gazetenin mizanpajında tireleme, harf ve kelime aralığı, dul ve yetim sözcük kontrolü gibi tüm tipografik incelemeler tasarımcı tarafından yapılarak sayfa tipografik anlamda kusursuz hale getirilmesi gerekmektedir.

3.1.2.1. Gazete Mizanpajında Boşluk Kullanımı

Tasarıma etki katmanın en kolay yollarından birisi sayfaya uygun miktarda boşluk eklemektir (Parker, 1999, s. 22). Haber metninin daha okunaklı hale getirilmesi için yazı tipi boyutları ve harfler, kelimeler ve metin satırları etrafındaki boşlukların düzenlemesi gerekmektedir (Lawler, 2006, s. 4). Boşluk kullanımında temel kural belirlenen boşluk değerinin sayfada kullanılan tüm unsurlar arasında daima eşit olmasıdır (Şeker, 2004, s. 92).

3.1.2.1.1. Gazete Mizanpajında Beyaz Alan Boşluğu Kullanımı

Bir tasarımın grafik ve metinsel unsurlarını çevreleyen, boş ve kullanılmayan alan beyaz alan boşluğu olarak tanımlanmaktadır.

Beyaz alan boşluğu, İsviçreli tipograf Jan Tschichold tarafından, modernist bir tasarımın nefes almasını sağlaması sebebiyle 'iyi tasarımın ciğerleri' olarak betimlenmektedir (Ambrose & Harris, 2017, s. 189). Beyaz alan boşluğu metin ve görseller arasındaki bağlamı sağlayarak (Quinn, 2001, s. 95) bir gazete sayfasının düzenli ya da düzensiz görünmesini sağlamaktadır (Şeker, 2004, s. 92). Arka plan rengi beyaz dışında başka bir renk olsa dahi bu alana beyaz alan boşluğu denilmektedir. Bir gazete sayfasında beyaz alan boşluğu kullanılabilecek yerleri; haber başlıklarının ve özetlerinin satır araları, fotoğraflar ve fotoğraf altı yazılarının arası, alt başlıklar ve onları takip eden haber metinlerinin araları, bir grafik ögesi ile çevresindeki diğer öğeler arası ve doğrudan sayfa başlığının altı şeklinde sıralamak mümkündür (Garcia, 2002, s.144). Beyaz alan boşluğu doğru kullanıldığında okuyucuyu haber metnine çekerken, yanlış kullanımında okuyucunun haberi gözden kaçabilmesine yol açmaktadır (Parker, 1999, s. 22). Aynı zamanda beyaz alan eksikliği bir gazeteyi, okuyucu için sıkıcı hale getirebilmektedir. Tasarımcılar bazen sayfada bulunan beyaz alan boşluklarını yer kaybı olarak görerek doldurma eğilimi göstermektedirler. Ancak Tschichold'un da belirttiği gibi bir tasarım, boşluklar sayesinde nefes almaktadır ve bu nedenle boşluksuz tasarım sayfayı boğarak tamamen okunaksız hale getirmektedir.

3.1.2.1.2. Gazete Mizanpajında Harfler Arası Boşluk Kullanımı

Harfler arasındaki boşlukların temel amacı, kelimelerin okunmasını kolaylaştırmaktır (Quinn, 2001, s.85). Harfler arası boşlukların, metnin genel görüntüsünü ve

okunaklılığını temelden etkilemeleri sebebiyle (Parker, 1999, s.23) her bir harf birer tasarım ögesi olma niteliği taşımaktadır (Uçar, 2004, s. 132). Harf boşlukları hem dikey hem de yatay düzlemde değiştirilebilmektedir. Harf aralıkları yatay düzlemde işlev görmesi, harflerin arasındaki boşluğun sıkıştırılmasıyla veya negatif aralık yoluyla tamamen ortadan kaldırılmasıyla gerçekleşmektedir (Ambrose & Harris, 2017, s. 36).
Bir sözcüğün harfleri arasındaki birlikteliklerini arttırmak veya azaltmak bir harfin diğerinin boşluğunu ne kadar işgal edeceğini kontrol ettiği için sözcüğün görünüşünü etkilemektedir (Ambrose & Harris, 2019, s. 83). Her harfin kapladığı alan farklıdır (Tiryakioğlu, 2012, s. 34). Bu sebeple harflerin birbirleriyle olan birliktelikleri, espas olarak da adlandırılan harf boşluklarının düzenlenmesini gerekli kılmaktadır (Uçar, 2004, s. 132). Metin, harflerin birbirine değecek kadar yakın olduğu boşluk düzenlemelerinde olduğundan daha koyu, harflerin arasındaki boşluğun arttırıldığı düzenlemelerde ise olduğundan daha açık bir görünüm kazanmaktadır (Şimşek İşliyen, 2016, s. 84). Bu her iki yanlış düzenleme biçimi de özellikle uzun metinlerde okunurluğu azaltmaktadır (Mazlum, 2006, s. 48). Harfler arası boşluklarda önem verilmesi gereken iki unsur bulunmaktadır. Bunlardan biri izleme diğeri ise ayarlamadır. İzleme bütün metin boyunca harf arası boşlukların aynı olmasıdır. Ayarlama ise belirli çift karakterlerin aralarındaki boşlukların daha yüksek oranda ayarlanmasıdır (Parker, 1999, s.142).

3.1.2.1.3. Gazete Mizanpajında Sözcükler Arası Boşluk Kullanımı

Sözcükler arasındaki boşluklar, haber metninin okunurluğuna büyük etki etmektedir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 86). Sözcükler birbirinden ayırt edilebilecek kadar uzak ancak ilgisiz ve bağımsız birimler haline gelmeyecek kadar da yakın uzaklıkta olmalıdır (Lawler, 2006, s. 118). Sözcükler arasında bir boşluk bırakılmalıdır. Birden fazla kez boşluk tuşunu kullanmak gereksizdir, bu olay, metin içerisinde yazı dokusunu bozmakta ve göze hoş gelmeyen negatif alanlar oluşturmaktadır (Uçar, 2004, s. 126). Sözcükler arası boşluk düzeninin satır boşluk düzeninden daha fazla olmaması önemli bir diğer önemli unsurdur (Şimşek İşliyen, 2016, s. 85).

3.1.2.1.4. Gazete Mizanpajında Satırlar Arası Boşluk Kullanımı

Satır aralıkları dikey düzlemde kullanılmakta ve bir metin bloğundaki satırların arasındaki boşluğu ifade etmektedir (Ambrose & Harris, 2017, s. 36). Bu boşluklar

yazının okunaklılığını doğrudan etkilemektedir (Parker, 1999, s. 23). Satır arası boşluklar açıldıkça haber metninin görünümünün yoğunluğu azalmaktadır (Tiryakioğlu, 2012, s. 35). Ayrıca satır arası boşluk gereğinden fazla arttırıldığında ya da azaltıldığında okuma güçlüğü doğmaktadır (Uçar, 2004, s. 126). Dijital mizanpajda negatif satır aralıklarına ve satırlar arası boşluğun kaldırılabilmesine imkân vermektedir (Ambrose & Harris, 2017, s. 36). Satır aralığında ideal ölçü satır aralığının ne çok geniş ne de çok dar olmasıdır. Çünkü satır aralığının ideal ölçüsünden fazla olması metnin görünümde bozukluğa yol açmaktadır (Şimşek İşliyen, 2016, s. 86).

3.1.2.1.5. Gazete Mizanpajında Paragraf Arası Boşluk Kullanımı

Metindeki paragrafların arasındaki boşluklara verilen isimdir. Bu boşluklar metnin bulunduğu yazı sütununun görünüşünü ve okunaklılığını etkilemektedir (Parker, 1999, s.23). Paragraf boşluğu verilen durumlarda satırların arası ayrıca açılarak paragraf vurgulanmaya çalışılmamalıdır (Uçar, 2004, s. 127).

3.1.2.1.6. Gazete Mizanpajında Sütunlar Arası Boşluk Kullanımı

Her bir metin okurun gözünü sayfa içerisinde yönlendirmeye yardımcı olacak şekilde düzenlenmektedir. Metni düzenleyen temel yapı ise sütunlardır. Sütunlar, tipografiyi içeren dikey kutulardır ve içerikleri yerleştirmede kılavuz olarak kullanılmaktadır (Ambrose & Harris, 2019, s. 66). Gazete tarihinin her döneminde, sütun kullanımı sayfa düzeninin temel belirleyicisidir (Şeker, 2004, s. 54). Sütunlar belirli bir genişlikten daha geniş olduğunda insanların gazeteyi okumaya devam etmediğini ya da okuduklarını anlamadığı ortaya koyulmuştur (The Guardian, 2011, Erişim Tarihi 10/08/2024). Gazeteler genellikle her biri 4 cm genişliğinde yaklaşık sekiz sütundan oluşmaktadır. Ancak bazı gazetelerde daha az sayıda sütun bulunması mümkündür. Metinler arası bölmeler ise iki metin arasında boş bırakılan satır boşluklarıyla yapılmaktadır, bu boşluklara oluk adı verilmektedir. Bu sayede haberler birbirinden ayrılarak okunabilirliğine yardımcı olmaktadır.

3.1.3. Gazete Mizanpajında Fotoğraf Kullanımı

Kafka ile konuşmalarda “Görüntü için gerekli koşul görmektir” diyen Gustav Janouch’a Franz Kafka’nın yanıtı “Biz nesneleri aklımızdan çıkarmak için fotoğraflarız” olmuştur

(Barthes, 2016, s. 69) Susan Sontag'a göre fotoğraf gerçekliğin bir iz'idir. Tıpkı kardaki ayak izleri gibi, doğrudan fiziksel bir sürecin sonucudur (Derman, 2010, s. 64). Fotoğraf zaman ve olayla eş zamanlı bir üretim aracıdır (Amar, 2009, s. 16) ve artık var olmayan şeylerin kanıtı niteliği taşımaktadır. Barthes bunu şu cümlesiyle ifade etmektedir: "Ne zaman bir fotoğrafa baksak, artık var olmayan bir şeye bakıyoruzdur" (Clarke, 2017, s. 29). Fotoğraf, yaşanılan an ve deneyimleri görsel olarak kaydetmektir (Arıcan, 2004, s. 1). Gisèle Freund'ün fotoğrafı "dünya üzerinde açılan bir pencere" olarak nitelendirilmesi, günümüzde kuvvetli bir belge olarak değerlendirilmesiyle anlamlı bir bütünlük içerisindedir (Amar, 2009, s. 52). Fotoğraf ayrıca kendine tanık olarak ve görsel tanığın yerini almaktadır (Panovsky, 1927; Amar, 2009, s. 15). Fotoğraf, salt olarak olanak içinde olandan başka bir şey olmayacağı için etnolojik bilginin asıl ham maddesini oluşturan ayrıntıları ortaya çıkarmaktadır (Barthes, 2016, s. 43).

19 Ağustos 1939 yılında Fransız Louis Jak Mandie Dager tarafından icat edilen fotoğraf baskı makinesi bir diğer adıyla degeretip, gazetecilik için fotoğraf devrini başlatmıştır (Başkut, 1967, s. 63). Fotoğrafın gazeteye basılmaya başladığı günden itibaren içerdiği bilgi, dikkat çekiciliği, kolay algılanması ve sahip olduğu estetik ögeler nedeniyle haber sunumunda göz alıcı bir öge olarak kullanılmaya devam edilmiştir (Arıcan, 2004, s. 28). Fotoğraf, toplum ve birey arasında haber verici ve arabulucu hale gelmiştir (Amar, 2009, s. 21). Fotoğrafın haberle kullanımı bunu açıkça mümkün hale getirmiştir.

Haber fotoğrafının sahip olması gereken bazı temel özellikler bulunmaktadır. Bu özellikleri Photojournalism- The Visual Approach kitabında Frank P. Hoy sekiz madde ile özetlemiştir (Arıcan, 2004, s. 40).

- "Haber fotoğrafçılığı bir mesajı yaymaya yönelik fotoğrafçılıktır. Bu sebeple haber fotoğrafçısının hedefi, okuyucunun hızlı algılayabilmesi için mesajı açık bir biçimde iletmektedir.
- Haber fotoğrafçılığının iletişim ortamı gazeteler, haber dergileri ve haber ajansları gibi kitle iletişim araçlarıdır.
- Haber fotoğrafçılığı bildirme amaçlıdır. Haber fotoğrafçısının tüm çabası, zekâsı ve becerisi bir haberin belirli yönlerini iletmeyi amaçlamaktadır.
- Haber fotoğrafçılığı, kelimeler ile fotoğrafların bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkan bir dil ile iletişim kurmaktır.
- Haber fotoğrafçılığının öznesi insandır.

- Haber fotoğrafçılığı geniş bir kitleyle iletişim kurmaktadır. Bu sebeple mesaj farklı insan kitlesi tarafından anında anlaşılabilecek kadar özlü olmalıdır.
- Haber fotoğrafçılığı, mesajları daha etkili hale getirir.
- Haber fotoğrafçılığının ana fikri, bugünün karmaşık dünyasında toplumu bilgilendirmenin kaçınılmaz gerekliliğidir (Hoy, 1986, s. 5-9 akt. Arıcan, 2004, s. 40)."

Haber dergiciliğinin ilk örneği olan Life dergisinin ilk sayısında Henry Robinson Luce, derginin ilkesini açıklarken görüntünün üstünlüğünü ve basın fotoğrafının ne denli önemli olduğunu şu yazısıyla vurgulamaktadır:

> "Hayatı görmek, dünyayı görmek, büyük olayların görsel tanığı olmak; yoksulların yüzlerini ve güçlülerin jestlerini gözlemlemek, tuhaf olanı görmek – makinalar, ordular, kalabalıkları, ormandaki gölgeler ve ay üzerindeki gölgeler; insanın çalışmasını görmek- resimlerini, seyahatlerini ve keşiflerini; duvarların ve odaların arkalarına saklanmış şeyleri, beliren tehlikeli şeyleri görmek; görmek ve öğrenmek; görmek ve gösterilmek, şimdi insan neslinin yarısının dileği ve yeni beklentisi budur" (Amar, 2009, s. 60).

Okur gözü öncelikli olarak sayfadaki en büyük ve en baskın fotoğrafa yönelmektedir (Tiryakioğlu, 2012, s. 78). Bu sebeple fotoğrafların büyüklüğü önemine göre ayarlanması gerekmektedir. Önemli fotoğrafların daha az önemli olan fotoğraflardan belirgin biçimde daha büyük olması gerekmektedir (Parker, 1999, s.160). Fotoğrafı kadrajlayarak fotoğraftaki gereksiz yerler çıkartılmalıdır (Tiryakioğlu, 2012, s. 78). Gereksiz bilgilerden kurtulmak için fotoğrafların üst, alt, sağ ve sol kısımları kırpılabilmektedir (Parker, 1999, s.160). Bu kırpma işlemi yapılırken, en iyi şekilde anlatabilmek için fotoğraftaki önemli ögeleri saptamak, okurun ilgisini konudan uzaklaştırabilecek unsurları çıkartmak ve görsel unsurların güçlendirilmesi için detaya inerek önemli ögeleri vurgulamak gerekmektedir (Tiryakioğlu, 2012, s. 78).

3.1.3.1. Gazete Mizanpajında Fotoğraf Altı Yazı Kullanımı

Fotoğraf altı yazısı, fotoğrafın çağrışımlarını güçlendirmek için kelimelerin çağrışımlarından yararlanmaktır (Newhall, 1952, s.18). Manşetler ve fotoğraflardan sonra, bir gazete sayfasında dikkati en çok fotoğraf altı yazıları çekmektedir (Garcia, 2002, s. 37). Fotoğraf altı yazıları, fotoğrafın nasıl okunacağını belirten bir rehber işlevi

görmektedir (Arıcan, 2004, s. 85). Bir fotoğraf altı yazısı, okuyucuya bir fotoğrafı ve onun haberle ilgisini anlaması için gereken temel bilgileri sağlaması gerekmektedir (Smock, 2018, Erişim Tarihi 07/05/2024). Haber okuyucusunun fotoğrafın bağlamını anlamasına yardımcı olan fotoğraf altı yazıları, fotoğrafın değerini artıran önemli bir bileşendir.

Fotoğraf altı yazıları, bir haber metninde en çok okunan metin türü olması sebebiyle doğruluk, netlik, bütünlük ve iyi yazım standartlarına sahip olması gerekmektedir (Byttebier, 2019, Erişim Tarihi 15/05/2024). Bilgilendirici olmayan veya yanıltıcı bir altyazı, iyi bir fotoğrafın etkisini azaltabilir ve gazetecilik olarak güvenilirliğini zayıflatabilmektedir (Smock, 2018, Erişim Tarihi 07/05/2024). Fotoğraf altı yazılarının tam formatı yayın kuruluşunun prensiplerine göre değişiklik gösteriyor olsa da temel bir fotoğraf altı yazısında temel olarak şu niteliklerin bulunması gerekmektedir:

> "Fotoğrafta görünen kişiler ve yerler açıkça tanımlamalıdır. Mekânın resmi adının yanı sıra profesyonel unvanların da eklenmesi gerekmektedir. Birden fazla kişinin yer aldığı fotoğraflarda, isimler soldan sağa doğru yazılmalıdır. Fotoğrafın çekildiği tarih ve gün eklenmelidir (Smock, 2018, Erişim Tarihi 07/05/2024). Fotoğrafta görünmeyen, fotoğrafın çekildiği ana dair önemli bilgileri de kapsaması gerekmektedir (Byttebier, 2019, Erişim Tarihi 15/05/2024). Fotoğraf altı yazıları, tam cümleler halinde ve şimdiki zamanda yazılmalıdır. Şimdiki zamanda yazılan fotoğraf altı yazıları, fotoğrafa yakınlık hissi vermektedir. Fotoğraf altı yazısı genellikle dört kısa satırı geçmeyen, kısaca ifade edilmiş açıklayıcı cümleden oluşmalıdır (Newhall, 1952, s.18). Eğer bir arşiv fotoğrafı ya da fotoğraflanan olaydan önce çekilmiş bir fotoğraf kullanılıyorsa, başlıkta bunun bir arşiv fotoğrafı olduğu açıkça belirtilmelidir" (Smock, 2018, Erişim Tarihi 07/05/2024).

Gazetede bulunan her haber metninin kendine özgü biçimsel özellikleri de bulunmaktadır. Bu bağlamda fotoğraf altı yazılarının kullanımında da de bazı unsurları bulunması zorunludur. Öncelikle her fotoğrafın altında kullanılacak yazı karakteri ve puntonun aynı olması gerekmektedir (Parker, 1999, s.287). Anlaşılmaz ve karmaşık biçimde yazılmış fotoğraf altı yazıları fotoğrafın anlamında sapmalara sebep olabilmektedir. Bu karmaşıklığı önlemek için fotoğraf altı yazıları tüm sayfalarda fotoğrafın aynı yerine yerleştirilmelidir. Fotoğraf altı yazıları, genellikle fotoğrafların sağ alt köşesinde bulunmaktadır.

3.1.4. Gazete Mizanpajında Renk Kullanımı

On yedinci yüzyıla kadar rengin, nesnenin bir özelliği olduğu düşünülmüştür. Ancak Sir Isaac Newton tarafından yapılan çalışmalar rengin gerçek kaynağının ışık olduğunu ortaya koymuştur (Kılıç, 2019, s. 118). Görsel algı için ışık şarttır ve ışığı algılanan nesnenin bir parçası olarak değerlendirmek mümkündür (Derman, 2010, s. 30). Görsel algı da olduğu gibi renk de ışıksız var olamamaktadır (Holtzschue, 2009, s.11). Çünkü renk ışığa bağlı olan görsel bir deneyimdir (Suler & Zakia, 2018, s. 143). Işık, bir kaynaktan dalga şeklinde yayılan enerjidir. Bir kaynaktan çıkan ışık, bir akış şeklinde her yöne yayılmaktadır (Kılıç, 2019, s. 36). Işığın uyarıcılarına biyolojik olarak tepki vermek bir renk deneyiminin başlangıcını oluşturmaktadır (Holtzschue, 2009, s.2) Nesneler ışığı yansıtma, emme ve geçirme becerilerine bağlı olarak belirli renklerde görünmektedir (Lawler, 2006, s.4). Renk, insan gözünün görebildiği ışık tayfının belirli elektromanyetik dalga boyutudur (Kılıç, 2019, s. 178). İnsan gözü 380 nm. İle 720 nm. arasındaki ışığın dalga boylarına duyarlıdır. Belirli dalga boyları farklı renkler olarak algılanmaktadır. Kırmızı 720 nm. ile görülebilen en uzun dalga boyuna sahipken kırmızıyı sırasıyla turuncu, sarı, yeşil, mavi, indigo ve mor takip etmektedir. Mor 380 nm. ile en kısa dalga boyuna sahip renktir (Holtzschue, 2009, s.12). Renk tayfında kırmızıya doğru giden uzun dalga boyundaki renkler sıcak, maviye doğru giden kısa dalga boyundakiler de soğuk olarak nitelendirilmektedir (Kılıç, 2019, s. 179). Bu renklerin tümünün karışımı da beyazı oluşturmaktadır (Mazlum, 2006, s.23). Rengin üç temel niteliği bulunmaktadır. Bunlar: Renk özü (hue) ve renk; doygunluk veya kroma ve rengin değeri veya parlaklığı (Ambrose & Harris, 2017, s.157). Renk özü rengin adıdır (kırmızı, turuncu, sarı, yeşil, mavi, mor). Bir renk en belirgin ya da baskın renk özüne göre isimlendirilmektedir. Her renk, birbirine yakın ilişkili bir renk özleri ailesine aittir. Bir renk birden fazla renk özü içermektedir fakat bu renk özleri farklı oranlarda bulunur ve biri daha baskındır (Holtzschue, 2009, s. 46). Rengin sahip olduğu canlılık, doygunluk olarak tanımlanmaktadır (Lawler, 2006, s.4). Doygunluk, sönük ve canlı renkler arasındaki zıtlık ve renk özünün hassasiyeti ile ilgilidir (Holtzschue, 2009, s. 64). Bir rengin saflığının belirlenmesinin yanı sıra rengin griye olan mesafesi de doygunluk olarak tanımlamaktadır (Lawler, 2006, s.4). Rengin koyuluk ve açıklık oranlarını tanımlamakta kullanılan parlaklık, rengin siyah ya da beyaz ile karıştırılmasıyla elde edilebilmektedir (Ambrose & Harris, 2017, s.157).

Renkler ayrıca ana ve ara renkler olarak iki kategoriye ayrılmaktadır. Kırmızı, sarı ve mavi ana renklerdir. Bu renkler aynı zamanda en temel renk özleridir ve görsel olarak diğer renklere kırılamaz ya da bileşenlerine ayrılamazlar.

Bu renklerin dışındaki diğer renkler ara renklerdir. Ara bir renk iki ana renk arasındaki bir geçiş aralığında bulunmaktadır (Holtzschue, 2009, s. 48). Bu renk gruplandırılmasının yanı sıra bir de üçüncül renkler bulunmaktadır. Ana ve ara renklerin karışımları bu üçüncül renkleri meydana getirmektedir (Bedir Erişti, 2017, s.71). Üçüncül renkler renk ailesinin en geniş çeşitliliğe sahip sınıfıdır. Bunlar gri ya da kahverengi ile bir miktar ara renk karıştırılmış renk özü olarak tanımlanmaktadır (Holtzschue, 2009, s. 57). Üçüncül renkler kromatik nötrlerdir. Bunun anlamı renk özü olarak tanımlanamamalarına karşın siyah ve beyaz karışımı da olmamalarıdır.

Masaüstü yayıncılık programları, canlı, rengarenk ürünler tasarlanmasını olanaklı hale getirmektedir (Mazlum, 2006, s. 24). Ancak yapılan tasarımın bilgisayar ekranında görünen renkleri ile baskı alındıktan sonraki renkleri farklılık gösterebilmektedir. Bunun en önemli sebebi dijitaldeki renkler ile baskıdaki renklerin farklı yollarla oluşturulmasıdır (Mazlum, 2006, s. 23). Pek çok ticari baskı makinesi dört renklidir (Holtzschue, 2009, s. 113). Bu yüzden basılı yayın için renk yönetimi sisteminin kullanılması gerekmektedir.

Bilgisayar destekli tasarımda yaygın olarak iki renk modeli kullanılmaktadır: Toplamsal renk modeli (RGB) ile çıkarımsal renk modeli (CMYK).

CMYK (cyan, magenta, yellow, black) renk modeli, matbaa makineleri ve yazıcılar gibi mürekkep ve boya kullanarak renk üreten cihazların kullanıldığı modeldir (Mazlum, 2006, s. 26). Belirli bir çıkış aygıtı, mürekkep seti ve ortam için optimize edilmiştir. Bu da renklerin ve ton aralığının basım sırasında örtüşecek biçimde değişeceği anlamına gelmektedir (Lawler, 2006, s.64). Cyan, magenta, yellow, black renkleri belirli miktarda karıştırılmasıyla tüm renkleri elde etmek mümkün hale gelmektedir (Parker, 1999, s. 256). Baskı sırasında siyah, görüntülerdeki ayrıntıları tanımlamak, gölgeleri derinleştirmek ve siyah renkli yazı ve grafikleri basmak için kullanılmaktadır. Kırmızı, yeşil ve sarı (cyan, magenta, yellow) renkleri ise rengin toplamalı birincilleridir (Lawler, 2006, s. 6). RGB, bilgisayar ekranlarında kullanılan arttırmalı bir ana renk alanıyken, CMYK dört renkli baskı süreçlerinde kullanılan eksiltmeli bir renk alanıdır (Ambrose & Harris, 2017, s.156). CMYK modelinin renk spektrumu, RGB modeline göre daha küçüktür. Bu durum RGB'nin daha renkli ve canlı renkler üretebilmesini mümkün

kılmaktadır. Bilgisayar ekranında ve baskıdaki renk farklılığı sorununun temel sebebi de bu durumdur (Mazlum, 2006, s. 26-27). Baskıya yönelik hazırlanan bir çalışmada RGB renk modeline sahip görseller kullanılmamalıdır. Doğru renk kullanım modeli CMYK olmalıdır (Mazlum, 2006, s.113).

Renkler, birbirinden ayrı parçalar arasında devamlılık duygusu yaratmak amacıyla kullanılabilmektedir (Holtzschue, 2009, s.4). Tasarım sürecinde renk kullanılırken dikkat edilmesi gereken birtakım ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeler şu şekilde sıralanabilir: Renk kullanımında bütünlük, sınırlılık, amaca uygunluk ve rengin hedef kitleye uygun kullanımı (Bedir Erişti, 2017, s.74). Sayfa tasarımında dikkat çekmek için kullanılan görsel bir dil olarak kullanılan renkler, psikolojik etki yaratmak, çağrışımlar yaratmak, kalıcılık oluşturmak ve estetik atmosfer yaratma niteliklerine sahiptir (Tiryakioğlu, 2012, s. 63- 64).

3.1.4.1. Gazete Mizanpajında Haber Metninin Zemin Rengi Kullanımı

Metnin arka plan rengi okunurluğu ve algılanırlığı doğrudan etkilemektedir (Bedir Erişti, 2017, s. 79). Haber metninde zemin rengi kullanılması bir haberin sayfada bulunan diğer haberlerden ayırt edilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu sayede sayfadaki haberlerin iç içe geçerek okunurluğun zorlaşmasının önüne geçilmektedir.

Bunun yanı sıra haber metninde zemin rengi kullanılması, renklerin ifade gücünden yararlanılarak haberi daha çarpıcı hale de getirmektedir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 90). Bu sebeple bir haberde kullanılacak olan zemin rengi kullanılacaksa bu renk gösterişsiz ve dikkatleri üzerine çekmeyecek soluklukta olmalı ve rengin üzerindeki görsel ögeleri boğmayacak şekilde olmalıdır (Tiryakioğlu, 2012, s. 61). Seksenli yıllardan bu yana ülkemizdeki gazetelerde uygulanan ve her haberin altına başka bir renkte zemin kullanma, beyaz zemin bırakmama ilkesine dayanan anlayış sayfayı boğarak okuma güçlüğü yaratmaktadır.

3.1.5. Gazete Mizanpajında Çizgi, İnfografik ve İllüstrasyon Kullanımı

Gazetelerde kullanılan görsel malzeme yalnızca fotoğraf değildir. Fotoğrafın bulunmadığı ya da fotoğrafın haberi açıklamada yetersiz kaldığı durumlarda çizim, grafik ve illüstrasyonlar gibi görsel ögelerden de yararlanılmaktadır (Şeker, 2004, s. 85). Bilgi aktarmak için kullanılan çizgi, çerçeve, infografik ve illüstrasyon gibi görsel bir şekilde

açıklama yapmayı mümkün hale getiren bu ögeler bilgiyi bir bakışta aktarmayı mümkün kılmaktadır. Çoğu zaman yazı yoğunluğunda kaybolan metinler bu görsel aktarma biçimleriyle belirgin hale gelmektedirler.

Çizgi, bir zemin üzerinde uzatılmış kontrast bir alandır. İnce ya da kalın, kırık ya da farklı boyutlarda çizgiler oluşturmak mümkündür (Holtzschue, 2009, s. 70). Çizgi sayesinde haber grupları birbirinden ayrılabilir ve gazete sayfasında bir düzen sağlanabilir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 106).

İnfografikler bilginin okura iletilmesi amacıyla sistematik biçime dönüştürülmüş görsel yansıtmalardır (Bedir Erişti, 2017, s. 96). Bir infografiğin başarılı sayılabilmesi için görsel olarak son derece çekici olması gerekmektedir (Garcia, 2002, s. 172). Okuyucular bir infografiğe bilgi almak için bakıyor olsalar da onları infografiğe yönlendiren ilk şey görsel çekiciliğidir. İnfografikler oluşturulurken içeriğindeki metin kullanım miktarına da dikkat edilmelidir (Quinn, 2001, s. 130). Karmaşık ve uzun kavramsal metinlerin sadeleştirilmesi gerekmektedir (Bedir Erişti, 2017, s. 96). İçerisinde yoğun olarak metin bulunan infografiklerde, infografiğin işlevselliğini yitirmesine yol açmaktadır.

Fazla miktarda bulunan metin, infografiğin görselliği ile yarattılan işlevselliğini yitirmesine sebep olmaktadır. İnfografikler kullanıldığı haberi desteklerken aynı zamanda habere farklılık kazandırarak, okunurluğu arttırıcı bir etki yaratmaktadır. Buna ek olarak fotoğrafı bulunmayan ya da fotoğrafın, haberi tam olarak anlatamayacağı haberlerde de infografik kullanılmaktadır (Şimşek İşliyen, 2016, s. 104). İnfografik, haberi destekleyici görsel bir unsur olarak kullanılmasının yanı sıra bir karmaşık veriler içeren bir haberin içeriğini daha anlaşılır kılabilmek amacıyla da kullanılabilmektedir.

Modern görsel tasarımın önemli bir parçası olarak ilüstrasyonlar, daha fazla ilgi yaratmaya yardımcı olarak okuyucuda daha etkileyici ve soyut çağrışımlar yaratmaktadır. Buna ek olarak illüstrasyonlar, fotoğraf kullanmanın riskli olabileceği durumlarda ideal görsel öge olabilmektedir (Garcia, 2002, s. 172). Gazete mizanpajında çizgi, çerçeve, infografik ve illüstrasyon gibi görsel ögelerin kullanımı özenli ve ölçülü olmalıdır.

3.1.6. Gazete Mizanpajında Logo Kullanımı

Bir logonun temel görevi bir kitleyle iletişim kurmaktır (Bosler, 2012, s. 122). Gazetelerin logoları görsel kimliklerinin oluşturulmasında ve gazetenin kalıcı olmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

Türkiye'deki gazetelerin büyük bir çoğunluğu logolarında tırnaksız ve düz yazı karakterleri kullanmakta ve renk olarak kırmızıyı tercih etmektedir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 109).

3.2. Gazete Mizanpajında Kullanılan Sayfa Düzeni Türleri

1950'lerden sonra ortaya çıkan ve yaygınlaşan ofset teknolojisinin kullanımı gazete mizanpajında devrim niteliği taşımaktadır. Bu teknoloji ile birlikte fotoğraf, renk, çizgi, çerçeve ve tipografi olanaklarının kullanılabilir hale gelmesi haber metinlerinin de daha iyi sunulabilmesine imkân vermektedir (Şeker, 2004, s.1). Bu imkanlar gazete mizanpajına dair farklı düzenleme biçimlerini de ortaya çıkartmıştır. Bir gazetenin amacı ve hedef kitlesi göz önünde bulundurularak farklı sayfa düzeni türlerine yönelerek etkili bir haber sunumu hedeflenmektedir.

3.2.1. Klasik Sayfa Düzeni

Tipo baskı teknolojisinin kullanıldığı bu düzen klasik veya statik düzen olarak adlandırılmaktadır (Şeker, 2004, s. 17). Klasik sayfa düzeni, dönemin teknolojik imkanlarının elverişsiz olmasından dolayı fotoğraf ve diğer görsel ögelerin kullanılmadığı bir sayfa düzeni biçimidir. Böyle süregelen sayfa düzeni anlayışı olan klasik sayfa düzeninde fotoğraf ve görsel malzeme kullanmaktan kaçınılmakta ve küçük başlıklar kullanmaya özen gösterilmektedir.

Bu sayfa düzeni biçimini benimsemiş gazeteler, gazetenin, bu düzenle haberi daha kolay iletilebileceği düşüncesini benimsemektedirler (Giles & Hodgson, 1996, s. 75).

3.2.2. Çağdaş Sayfa Düzeni

Ofset baskı yöntemi, yirminci yüzyılın başlarında keşfedilmiş olup, baskı ve yayıncılık teknolojilerinde devrim niteliği taşıyan bir yenilik olarak kabul edilmektedir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 34). Ofset baskının getirdiği teknik imkanlar kısa süre içerisinde gazetelerin mizanpaj anlayışını değiştirmiştir. Modern mizanpajdaki ilk değişiklik, fotoğraf, renk, çizgi ve tipografi kullanımının gazete sayfalarında yer aldığı bilinmektedir.

Gazete tasarımında bu imkanların kullanılabilir hale gelmesiyle fikir gazeteleri ile bulvar gazeteleri arasında tasarım farklılıkları ortaya çıkmıştır (Şeker, 2004, s. 19). Bulvar

gazeteleri bol görsel kullanılırken az haber metni kullanımına eğilim gösterirken, fikir gazeteleri, haberlerin gruplar halinde tasarlandığı modüler sayfa düzenini tercih etmektedirler.

3.2.2.1. Modüler Sayfa Düzeni

Bu sayfa düzeninin temelleri 1960'lı yıllarda İngiliz Sunday Times gazetesinde Robert Harling ve Herold Evans tarafından atılmıştır (Şeker, 2004, s. 20). Sunday Times tarafından habere ait görsel ögeleri estetik şekilde kullanılmıştır. Sunday Times tarafından yaratılan bu anlayış daha sonra The Observer ve The Guardian gazeteleri tarafından da kullanılmıştır (Giles ve Hodgson, 1996, s. 76). Son yıllarda ise, başta İngiltere olmak üzere Avustralya ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki neredeyse bütün gazeteler modüler sayfa düzenini benimsemektedir (Quinn, 2001, s. 105). Modüler sayfa düzeninin temel ilkesi düzenliliktir. Modüler sayfa düzeninde haber grupları sayfa üzerinde kare veya dikdörtgen bloklar biçiminde yerleştirilmesi esasına dayanmaktadır (Quinn, 2001, s. 105). Başlık ve haber metinlerinde çok büyük yazı karakteri kullanımından kaçınılan bir sayfa düzendir (Şeker, 2004, s. 21). Modüler sayfa düzeninde büyük boy ve az sayıda fotoğraf kullanılmaktadır. Bu düzende gazete sayfası düzenli olmanın yanı sıra renkli bir görünüme sahiptir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 36). Bu tip sayfa düzeninde tasarımın ana ögesi boşluktur. Bu tip tasarım yapan sayfa sekreteri için sade ve dengeli beyaz alan kullanımı esastır. Bu sayfa düzenindeki temel amaç okurun haberin nerede başlayıp bittiğini, hangi başlığın ve fotoğrafın hangi habere ait olduğunu zorlanmadan anlayabilmesini sağlamaktadır (Şeker, 2004, s. 20). Bu sayfa düzeninin dezavantajı ise önceden belirlenmiş sütuna haberin sığabilmesi için haberlerin kesilmesi ya da metin ekleme gereksinimidir.

Grafik tasarımcı Josef Müller Brockmann, düzenliliğin, bilgilere inanırlık katarak güvenilirliği teşvik ettiğini söylemektedir (Ambrose & Harris, 2019, s. 27). Bu şekilde haberde açıklık hissi yaratılarak anlaşılırlık ve inandırıcılık artmaktadır. Bu sayfa düzeninde de bu durum hedeflenmektedir.

3.2.2.2. Bulvar Tipi Sayfa Düzeni

Avrupa'da bulvarlara serilerek satıldığı için bu adı alan bulvar gazeteleri okuru fazla yormayan gazeteler olarak bilinmektedir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 38). Yirminci yüzyılın

başlarında İngiltere'de Lord Northcliffle, yeni bir gazetecilik anlayışı ile Daily Mail adlı gazetesini çıkartarak bulvar gazetelerinin ilk örneği olmuştur (Şeker, 2004, s. 22). Bu tip gazeteler, görsel ağırlıklı olarak tasarlanmaktadır. Bu sebeple yazı kullanımı azken, fotoğraf kullanımı yüksektir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 38). Büyük ve kalın fontlu başlıklar, kısa metinler, karikatürler, fotoğraflar kullanılan bu tip gazetelerde sansasyon ve magazine dayalı içerik sunulmaktadır (Şeker, 2004, s. 23).

3.2.2.3. Etnografik Sayfa Düzeni

Televizyon ve diğer kitle iletişim araçlarının, gazete okuru sayısında düşüşe sebep olmasıyla birlikte gazeteler yeni biçim arayışlarına girmiştir. Etnografik yaklaşım bu arayış sonucu ortaya çıkmıştır (Şimşek İşliyen, 2016, s. 40). Etnografik sayfa düzenini uygulayan ilk gazete Amerika'daki USA Today gazetesidir (Şeker, 2004, s. 25). Etnografik mizanpajın uygulanmasıyla, neredeyse her sayfada renkli illüstrasyonlar, haritalar ve çizimler kullanılmaya başlanmıştır (Şimşek İşliyen, 2016, s. 41).

3.2.2.4. Vitrin Tipi Sayfa Düzeni

Ülkemizde bazı istisnalar dışında genellikle iki tür sayfa düzeni uygulanmaktadır. Bunlardan biri vitrin sayfa düzeni diğeri ise habere göre sayfa düzenidir (Taş, 1993, s. 51). Türkiye'de bu sayfa düzeni anlayışını benimseyen ilk gazetenin Milliyet gazetesi olduğu bilinmektedir. Ardından diğer gazeteler de bu sayfa düzenine geçmişlerdir.

Türk tipi sayfa düzeni olarak da bilinen vitrin tipi sayfa düzeninde belli bir gazete şablonu kullanmak yerine habere göre mizanpaj uygulanmaktadır (Şeker, 2004, s. 28). Bu düzende, haber gruplarının iç içe geçmesi sebebiyle akışkan mizanpaj ile farklı sayfa boyutları, yönleri ve boyut oranlarına göre verimli ve yoğun içerikli tasarımlar yapılabilmesi olanaklı hale gelmektedir (Adobe, 2023, Erişim Tarihi: 16/04/ 2024). Bu tip sayfa düzeninde birinci sayfa içindekiler görevi görmekte olup birinci sayfada tam haber metni bulunmamaktadır (Şeker, 2004, s. 29). Bu düzenin temel amacı, gazetenin iç sayfalarında bulunan kritik haberlerin bir ön izlemesini gazetenin ilk sayfasında sunarak okuyucuyu meraklandırmaktır.

Bu sayfa düzeninde genellikle başlık, fotoğraf ve spot metinleri öne çıkmaktadır. Fazla sayıda fotoğraf kullanılmaktadır. Bu fotoğraflar için belirli bir fotoğraf kullanım kuralı

bulunmamaktadır. Yüksek sayıdaki fotoğraflar sayfanın geneline dağıtılmaktadır (Şeker, 2004, s. 64).

3.3. Tarihsel Süreç İçerisinde Türk Ulusal Basınında Mizanpaj

İnsanlık tarihinin büyük bir atılımı olan baskı makinesinin ilk formu Çinliler tarafından icat edilmiştir. Bu ilk form tipo baskıdır. Düz bir yüzey üzerindeki bir görüntünün etrafındaki boşluklar kesilerek, kalan kabarık yüzey mürekkeplenip yüzeyin üzerine bir kâğıt yerleştirilir ve mürekkeplenen görüntünün kâğıda aktarılmasıyla baskı gerçekleşmektedir (Meggs & Purvis, 2006, s. 48).

Uygarlığın hızlı bir biçimde gelişmesine öncülük eden matbaa, ilk olarak yazı ve görsellerin kâğıda aktarılmasını mümkün haline getiren basit bir düzenekken, teknolojik ve kültürel atılımların gelişmesinde önemli katkıları olan bir araç haline dönüşmüştür (Mazlum, 2006, s. 13). Çin'den kâğıt ve matbaanın yavaş yavaş batıya doğru yayılması Avrupa'da modern bilimin ve kitle iletişiminin doğuşuna öncülük etmiştir (Meggs & Purvis, 2006, s. 51). Johann Gensfleisch zum Gutenberg'in on beşinci yüzyılda matbaayı bulması, yazıdan tipografiye geçişi sağlamıştır (Tiryakioğlu, 2012, s. 27). İçinde bulunduğumuz dünya da Gutenberg çağı olarak varlığını sürdürmektedir (Müller, 2018, s. 9). On dokuzuncu yüzyılda Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan teknolojik ilerlemeler sonucunda tasarım ve üretim süreçleri birbirlerinden ayrılarak iki ayrı meslek dalı haline gelmiştir (Meggs & Purvis, 2006, s. 115). Bu durum hem tasarım sürecini hem de görsel bilginin doğası derinden değiştirmiştir.

1804- 1822 yılları arasında Friedrich König tarafından patenti alınan ilk baskı makinesi tahta ve demir çubuklardan oluşan çevirmeli bir makinedir. Times gazetesinin baskı makinesini de üreten basım sektörünün önemli bir ismi haline gelmiştir (Mazlum, 2006, s. 13). Bu buharlı baskı makinesi ile yapılan ilk baskıda, Times gazetesinden saatte 1100 nüsha baskı alınabilmiştir (Başkut, 1967, s. 61). Bu devrim niteliğindeki teknoloji, haberlerin okuyuculara birkaç saat önce ulaşmasını sağlayarak gazete endüstrisinde devrim yaratmıştır (Meggs & Purvis, 2006, s. 120). İçinde bulunulan dönem bağlamında değerlendirildiğinde saatte binin üzerindeki nüsha sayısı bir rekor niteliği taşıyor olsa da gazeteye olan talebin gün geçtikçe artış göstermesi daha hızlı baskı yapılabilen makinelere olan ihtiyacı ortaya çıkartmıştır.

1833 yılında Richard Hoe tarafından üretilen rotatif matbaa makinesi ile bir gün içerisinde bir gazetenin milyonlarca baskı miktarına ulaşılmasını sağlanmıştır (Ambrose & Harris, 2017, s. 28). Rotatifin icadı ile gazeteciliğin büyük bir problemi olan baskı sayısı ortadan kalkmıştır (Başkut, 1967, s. 61). Gazetecilik bir yandan artan tirajları karşılamak için çabalarken bir yandan da daha geniş okuyucu kitleleri ile buluşabilmek için yeniliklere başvurmaktadır (Başkut, 19667, s. 62). Bu yeniliklerden ilk akla gelen, okuyucuyu cezbetmek adına haber metinlerinin arasına karikatür ve resimler koymak olmuştur.

İlk olarak 1791 yılında Observer isimli İngiliz gazetesi bu fikri uygulamaya geçirmiştir. Bu sayede Observer gazetesinin tirajlarında büyük bir artış olduğu bilinmektedir (Başkut, 1967, s. 63). Tirajdaki bu artışı gören kimi yayıncılar resimli haber dergileri yayımlamaya başlamıştır.

Uzun yıllar hem batılı gazeteler hem de ulusal gazeteler standart olarak yedi sütundan oluşmuştur. Haber başlıkları ise düzensiz bir biçimde kullanılmıştır (Başkut, 1967, s. 214). İkinci Dünya Savaşında ise gazeteler, 4-5 satırdan oluşan başlık ve manşet kullanımına geçiş yapmıştır. Bu sayfa düzeni biçimi savaş sonrası yıllarda da bir süre devam etmiştir.

Matbaa, Türk toplumuna 273 yıl gecikmeyle ulaşmıştır (Arıcan, 2007, s. 422). Gazetecilik faaliyetleri ise 1800'lü yıllarda başlamıştır. Uzun bir süre hazırlığı yapılan Osmanlı Devleti'nin resmî gazetesi Takvim-i Vekayi yayın hayatına 1 Kasım 1831'de başlamıştır (Koloğlu, 2010, s. 10). İlk Türkçe gazete olan Takvim-i Vekayi, İkinci Mahmut'un çabası ile çıkarılmıştır (Topuz,1973, s. 5). Takvim-i Vekayi ile devlet, bir basın organı aracılığıyla, tebaasıyla ilişki kurmuştur (Ortaylı, 2018, s. 201). Bu gazete, İkinci Mahmut'un yapmış olduğu ve gelecekte yapacağını vaat ettiği yenilikleri, halka aracısız olarak bildirme misyonunu üstlenmiştir (Gezgin, 2004, s.13).

Görsel 1: Takvim-i Vekayi 1821 ilk sayısı

Kaynak: (Keskenler & Keskenler, 2015).

Takvim-i Vekayi gazetesi 40 x 27 cm boyutlarına sahiptir (Topuz, 1973, s.6). Gazetenin mizanpajına bakıldığında ise iki sütundan oluşan haber metni bulunduğu görülmektedir. Haber başlığı yalnızca ortalanarak kullanılmıştır. Ayrıca haber metinlerinde noktalama işareti bulunmamaktadır (Koloğlu, 2010, s. 10).

Türkiye'de Türkçe ikinci gazete William Churchill adında bir İngiliz tarafından çıkarılmıştır (Topuz, 1973, s.8). Ceride-i Havadis isimli bu gazete 1840'ta kurulmuştur. Bu gazetenin yarı-resmi bir niteliği bulunmaktadır (Aksin, 1997, s. 40).

Görsel 2: Cerîde-i Havâdis 26 Ağustos 1860

Kaynak: (Duman, 1986).

Gazetenin mizanpajına bakıldığında haber sütunları, üç sütuna bölünmüş bu sütunlar dikey çizgilerle ayrılmıştır. Bu Başlık büyük harflerle ortalanarak yazılmıştır. Ayrıca gazetede haber metinlerinde noktalama işareti bulunmamaktadır (Koloğlu, 2010, s. 10).

Türkçe yayınlanan bağımsız ilk fikir gazetesi olan Tercüman-ı Ahvâl, 21 Ekim 1860'ta yayın hayatına başlamıştır (Koloğlu, 2010, s. 62). Bu gazete Şinasi ile Agah Efendi tarafından çıkarılmış (Topuz, 1973, s.11) ve haftalık olarak yayınlanmıştır (Aksin, 1997, s. 40). 1867 yılında Mehmet Arif tarafından yayımlanan Ayine-i Vatan gazetesi, ilk resimli gazete olarak bilinmektedir. Daha sonra adı Ruzname-i Ayıne-i Vatan olarak değiştirilen bu gazetenin kapanmasının ardından ise İstanbul adıyla yeniden basılmıştır (Onursoy, 2012).

Agah Efendi ile birlikte Tercüman-ı Ahvâl'ı çıkarmış olan Şinasi, kısa bir süre sonra bu gazeteden ayrılmış ve kendi başına yeni bir fikir gazetesi yayınlamaya karar vererek Tasvîr-i Efkâr gazetesini kurmuştur (Topuz, 1973, s.15).

تصویر افکار

١٢٧٨

Görsel 3: Tasvîr-i Efkâr birinci sayısı

Kaynak: (Koloğlu, 2010).

Tasvîr-i Efkâr gazetesinin, Türk basınına getirmiş olduğu önemli yenilikten biri, Arap harfleriyle dizginin kolaylaştırılması amacıyla dizgi kasasındaki harf sayısını 112'ye indirmesidir (Koloğlu, 2010, s. 66). Bu yenilik sayesinde "Arap harflerinin ıslahı ve Latin harflerinin kullanılıp kullanılamayacağı" konusundaki uzun ve önemli bir tartışma da başlamıştır (Koloğlu, 2010, s. 66). Gazetenin logosu dönemin Osmanlıca gazete tasarımlarında yaygın bir stil olarak kullanılan, büyük ve süslü bir yazı tipiyle tasarlanmıştır. Gazete logosunun hemen altında tarih ve sayı bilgileri yer almaktadır.

Gazetenin görünümünden de anlaşılacağı üzere haber metinleri dikey ve yatay çizgiler kullanılarak sütunlara ayrılmıştır. Spot, haberlerin üstünde bulunmaktadır. Gazeteye dair tarih, sayı gibi bilgiler, gazete başlık yazısının etrafında konumlandırılmıştır. Kullanılan süslemeler kendinden önceki gazetelere göre daha estetik bir görünüm sağlamaktadır.

II. Abdülhamit'in tahta çıktığı 31 Ağustos 1876 tarihinden 27 Nisan 1909'e kadar geçen döneme, İstibdat Dönemi adı verilmiştir. Bu dönemde bazı gazeteler, dizgi hataları

sebebiyle kapatılmıştır. Bu yanlışlıkların sebebinin Arap harflerinden kaynaklanan dizgi zorluğu olduğunu söylemek mümkündür. Bu hatalar arasındaki en popüler olanları arasında şunlar bulunmaktadır:

> ""Şevketlü Abdül Hamid" Arap harfleriyle "Şu kötü Abdül Hamid" olarak okunabilecek şekilde yazıldığı için Sabah gazetesi bir süre kapatılmıştır.
>
> Padişahın tahta çıkışının yıldönümünü bildiren bir yazıda bir dizgi yanlışı ile "Leyle-i Mes'ude" (mutlu gece) "Leylei Mesude" (karanlık gece) olarak yayınlanmış ve İkdam gazetesi hakkında kovuşturma açılmıştır (Topuz, 1973, s.65- 66).
>
> Hollanda kraliçesine bir "nişan itası" (verilmesi) konulu bir haber Takvimi Vakayi gazetesinde bir dizgi yanlışı ile "nişan hatası" olarak çıktığı için gazete 1908'e kadar kapalı kalmıştır. Çünkü jurnalciler o zaman 12 yaşında olan bir çocuğa nişan vermekle hata yapıldığını padişaha duyurmuşlar ve bunun bir çeşit muhalefet olduğunu belirtmek istemişlerdir" (Topuz, 1973, s.65- 66).

Gazeteler bir arada incelendiğinde haberlerin sunum tarzlarında da bir bütünlükten bahsetmek mümkündür. Haber metinleri oldukça uzundur ve monoton sütunlar halinde bulunmaktadır. Sütuna ayrılmış metin bloklarından oluşmakta ve yazı tipi olarak rik'a yazı karakteri kullanılmıştır.

Osmanlı'da ortaya çıkan Rik'a yazısı haberleşme alanında kullanılmıştır (Yıldız, 2012, s. 53). Özellikle Osmanlı'nın son döneminde günlük hayatın neredeyse tamamında iletişimi kayıt altına alan yazı türü olmuştur (Dere, 2018, s. 3). Bu yazı karakteri Türkiye'de halen hat sanatı olarak icra edilmektedir.

Türk basın tarihinde gazeteler için görsel bir öge olarak karikatürün önemli bir yeri bulunmaktadır. İslam dininin resme ve puta tapmayı engellemiş olmasının etkisiyle çizim sanatları özel bir gelişme göstermiştir. Hat sanatının yanı sıra karikatür sanatı da gelişmiştir (Koloğlu, 2010, s. 196). 1867 yılında yayımlanmaya başlayan İstanbul gazetesi sayfalarında karikatüre yer veren ilk Türk gazetesidir. Gazetede bulunan bu karikatürler İstanbul, Osmanlı ve Avrupa'yı konu almaktadır (Hünerli, 1993, s. 28).

1891 yılında yayınlanmaya başlayan Servet-i Fünûn, Ahmet İhsan tarafından resimli dergi kalitesinde bir yayın yapmak amacıyla çıkarılmıştır (Koloğlu, 1992, s. 46). Servet-i Fünûn, Fransız dergisi L' Illustration'u örnek almıştır (Lewis, 1993, s. 1899). Servet-i Fünûn, basın fotoğrafçılığına öncülük ederek, Türk basınında ilk fotoğraf kullanımı olarak tarihe geçmektedir (Koloğlu, 1992, s. 46). Fotografik görüntülerin basılması,

görsel belgelemenin ve resimli bilginin anlamını genişletmiştir (Meggs & Purvis, 2006, s. 115).

Anadolu'da Millî Mücadelenin doğup gelişmesiyle birlikte bir de Millî Mücadele basını doğmuş ve gelişmiştir (Topuz, 1973, s.127). Bu dönemde yayın hayatına başlayan iki gazete göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki İrâde-i Milliye, diğeri ise Hâkimiyet-i Milliye'dir.

Millî Mücadelenin ilk gazetesi Mustafa Kemal'in Sivas'a geldiği zaman yayınlanmaya başlayan İrâde-i Milliye gazetesidir (Topuz, 1973, s.127).

ارادهٔ ملیه

ولی عهد سلطنت حضرتلرینك لایحه‌سی

Görsel 4: İrade-i Milliye 21 Eylül 1919

Kaynak: (Atatürk Ansiklopedisi İrade-i Milliye Gazetesi, 2024, Erişim Tarihi: 16/04/ 2024)

İrâde-i Milliye gazetesinin ebatları 30 cm'e 50 cm'dir. Gazetenin başlığı ise mevcut olan en büyük harflerle yazılmaktadır (Yıldırım, 1992, s. 326). Gazete, yine öncülleri ile benzer bir şekilde iki sütuna ayrılmıştır. Ancak gazetenin dördüncü sayısından itibaren sütun sayısının üçe çıkartıldığı bilinmektedir (Yıldırım, 1992, s. 326). Henüz harf inkılabı gerçekleşmemiş olması sebebiyle Osmanlıca harfler kullanılmaya devam edilmektedir.

Bir diğer Millî Mücadele gazetesi Hâkimiyet-i Milliye ise 10 Ocak 1919'da çıkmaya başlamıştır (Topuz, 1973, s.129). Gazete vasıtasıyla, halkın bağımsızlık düşüncesini canlı tutup, Türklük bilincinin halka aktarılması hedeflenmiştir (Doğramacıoğlu, 2021, s. 62). İlk sayıdaki başyazı Mustafa Kemal Atatürk'ündür. Yazı işleri müdürlüğüne Nizamettin Nazif Tepedelenlioğlu getirilmiştir (Topuz, 1973, s.129). Mustafa Kemal'in Ankara'nın resmi sözcüsü olarak yayına soktuğu Hâkimiyet-i Milliye, gün geçtikçe yazar kadrosunu genişletmiştir (Koloğlu, 2010, s.262).

Görsel 5: Hâkimiyet-i Milliye 14 Mart 1926

Kaynak: (Gaste Arşivi, 2024, Erişim Tarihi: 16/04/ 2024)

Hâkimiyet-i Milliye, matbaadaki 36 iri punto harfler dizdirilip başlık olarak kullanılmıştır. Gazetenin ebatları 57cm'e 82 cm'dir ve kâğıdın ikiye katlanışı ile 4 sütun üzerinden hazırlanmaktadır (Önder, 1991, s. 290). Bu dönemin gazetelerinde öncelik, Millî Mücadele fikrini yaymak olduğundan, teknik olanaklar imkân verdiğince büyük yazı karakterleri kullanılmaya çalışılmıştır. Büyük karakter kullanımı, gazetelerin görünümünün ve daha fazla okuyucuya ulaşmanın öneminin farkına varıldığını göstermektedir. Ayrıca, dönemin zorlu koşullarına rağmen gazetelerde fotoğraf kullanılmaya özen gösterilmiştir. Millî Mücadele döneminde gazetelerde fotoğraf

kullanımına özen gösterilmesinin nedeni ise savaşın ve mücadelenin etkilerini daha getkili bir şekilde halka ulaştırmaktır.

Gazete, 6 Şubat 1921 tarihinden itibaren günlük olarak yayınlanmaya başlamış ve yayınlandığı sırada günlük 5000–6000 tirajlı bir gazete olmuştur (Doğramacıoğlu, 2021, s. 63). 2 Eylül 1928 tarihinden itibaren gazetenin başlığında Latin harfleri kullanılmaya başlanmıştır. Haber metinleri de bir süre Latin ve Arap harfleri olarak karışık dizilmiştir. 1 Kasım 1928 tarihinden itibaren ise gazete bütünüyle Latin harfleriyle yazılmaya başlanmıştır (Unat, 2008, s. 20). Latin alfabesi sayesinde, imla sorunu en aza indirmiştir. Ayrıca bu yeni harfler basım tekniğinde de kolaylık sağlamıştır (Ortaylı, 2001). Latin harflerinin kullanıldığı bu ilk Türkçe gazeteler, sade bir düzyazı üslubunun yaratılmasında da önemli bir rol oynamaktadır (Lewis, 1993, s. 428).

HAKİMİYETİ MİLLİYE

1 TEMMUZ PAZAR 1934

Şahinşah Hazretleri.

Dün Sarayda istirahat etti gece şe refine büyük fener alayı yapıldı.

Fener alayı.

Bazı kanun lâyihaları kabul edildi.

Almanya'da neler oluyor?

Berlin mıhafaza altında.

M. Karahan.

Sovyetlerin yeni Ankara büyük Elçisi kimdir.

Bir Viyana haberi

Demiryollarımız Elazize vardı.

Görsel 6: Hâkimiyet-i Milliye 01 Temmuz 1934

Kaynak: (İstanbul Üniversitesi Gazeteden Tarihe Bakış Projesi, 2020, Erişim Tarihi: 16/04/ 2024)

Latin harflerine geçen gazetenin bir örneği yukarıda görülmektedir (Görsel 6). Bu gazetenin mizanpajı incelendiğinde kırmızı renk kullanımı oldukça dikkat çekici bir detay

olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca fotoğraf kullanımındaki artış göze çarpmaktadır. Haber metnini zenginleştirecek nitelikte fotoğraf kullanıldığı görülmektedir. Haber metinlerinde başlık daha büyük puntolarla yazılmıştır. Haberin spot kısmında da haber metninden daha büyük ancak başlıktan daha küçük bir punto kullanımı görülmektedir. Haber metinleri arasında dikey ve yatay çizgiler kullanılmıştır. Bu sayede haber karmaşışının önüne geçilerek okuma kolaylığı sağlanmaya çalışılmıştır.

1940- 1950 yılları arasında gazeteler tipo teknolojisi kullanılarak basılmıştır (Şeker, 2004: 8). 1946-50 yılları arasındaki Türk basını döneminin en önemli gelişmesi Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin temellerinin atılmasıdır.

1 Mayıs 1948'de çıkmaya başlayan Hürriyet gazetesi Babıali'de çığır açan bir gazete olmuştur (Topuz, 1973, s.173). Hürriyet'in, Türk yazılı basınına, biçim ve içerik anlamında oldukça fazla yenilik getirdiği bilinmektedir (Özkır, 2013, 48). Gazetede büyük boy fotoğrafların kullanımı, bu yeniliklerden ilk dikkat çekeni olmaktadır.

Hürriyet

Ürdün ve Irak orduları Filistin'e girdi

İnönü'nün Makalesi

CELÂL BAYAR DIYOR KI:

Meclisde münakeşalar

Görsel 7: Hürriyet 1 Mayıs 1948

Kaynak: (Munyar, 2011)

Gazeteyi çıkartan Sedat Simavi, gazeteciliğe, ressamlık ve karikatürcülükten geldiği için gazeteye sayfa yapısı bakımından estetik yön kazandırmasını bilen bir yönetici olmuştur.

Hürriyet gazetesindeki yazılar, ortalama bir kültürel seviyenin altındaki okurların rahatlıkla anlayabileceği bir üslupta kaleme alınmıştır. Bu durum, gazetenin geniş bir okur kitlesine ulaşmasını sağlamıştır (Topuz, 1973, s.173). Gazete, haberi fotoğraf üzerinden anlatmakta ve haber metnini tamamlayıcı bir unsuru olarak kullanmaktadır (Özkır, 2013, 49). Gazetenin ilk sayısında kullanılan fotoğraflar, gazete sayfasına dengeli bir biçimde dağıtılmaktadır. Logo ortalanmıştır ve kırmızı rengiyle dikkat çekmektedir. Yazı karakterlerinin okunurluğunun yüksek olmasının yanı sıra estetik duruşu göze çarpmaktadır. Sütunları birbirinden ayırmak için çok fazla çizgiye yer verilmediği görülmektedir. Bunun yerine dengeli boşluklar tercih edildiği görülmektedir.

3 Nisan 195O'de doğan Milliyet, Hürriyet'in yolundan gitmektedir (Özkır, 2013, s. 47). Milliyet'in kurucusu Ali Naci Karacan da tıpkı Sedat Simavi gibi zengin gazetecilik görgüsü olan bir kişi olarak bilinmektedir (Topuz, 1973, s.173).

3 MAYIS

Milliyet

Bali

Kızıl tahrikât yapanlar yakalandı

Şehrimizde bir komünist şebekesi meydana çıktı

Ankara, Adana ve Erzurumda da tevkifler yapıldı

İstanbulda tutulup Ankaraya gönderilen 6 kişiden 4 ü talebe, 1i memur, 1i de işçi

Ankarada dün yakalananlar

Nevin Seval'in geçirdiği esrarlı kazanın mahiyeti

Seçim günü yaklaştıkça baskı iddiaları artıyor

Bayar'ın "Milliyet'e" Bir Mesajı

Dünkü duruşma sekiz saat sürdü

Meşhur şarkıcı Perez Kahirede linç edildi

Bugün

Doğanşehri sel bastı

Görsel 8: Milliyet, 3 Mayıs 1950

Kaynak: (Gaste Arşivi, 2024, Erişim Tarihi: 16/04/ 2024)

Milliyet gazetesi, Türk basınına yenilikler getirmeye çalışan bir gazete olmuştur (Gönenç, 2010, s.291). Tıpkı Hürriyet gibi oldukça modern bir teknikle ve estetik endişesiyle basılmasına özen gösterilmiştir (Topuz, 1973, s.176). Hürriyet ile benzer bir anlayışla

logo kırmızı ve ortalanmış biçimde kullanılmaktadır. Ancak ondan farklı olarak logonun daha büyük kullanıldığı görülmektedir. Bir diğer önemli farklılık ise fotoğraf kullanımındadır. Fotoğraf kullanımı daha az iken haber metni daha yoğundur. Haber başlığı, spot ve ana metin gövdesinde farklı puntolar kullanılmaktadır. Ayrıca farklı yazı karakterlerinin de olduğu görülmektedir.

Gazeteler 1960'lardan itibaren çok büyük ve hızlı bir değişime uğramıştır (Swann, 1990, s. 25). Masaüstü yayıncılığın başlamasıyla dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de gazete sayfalarının düzeninde büyük değişimler meydana gelmiştir. Türkiye'deki gazeteler, masaüstü yayıncılığa geçiş yaparak tasarım anlamında yeni bir döneme girmiştir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 43).

Günümüz üzerinden bir değerlendirme yapıldığında ise Türkiye'de birinci sayfada mümkün olduğunca çok sayıda görsel malzeme kullanılmasını mümkün hale getiren vitrin tipi sayfa düzeni kullanılmaktadır. Yoğun biçimde görsel ögelerin kullanılması, sayfanın kalabalık ve düzensiz görünmesine neden olmakta, bu da görsel odak noktasının dağılmasına ve okuyucunun dikkatini toparlamasının zorlaşmasına yol açmaktadır.

4. BÖLÜM: İNTERNET SİTESİ TASARIMI ÜZERİNE

İnternet, “rotaları yeniden hesaplanmasına sebep olan, muhteşem bir deniz feneri gibi dünya insanını 21. yüzyıla taşıyan en önemli ışık” şeklinde betimlenen, insan hayatındaki yazıdan sonra yapılmış en büyük keşiftir (Sırabaşı, 2007, s. 56). İnternetin kullanımının yaygınlaşması ve günümüzdeki biçimini almasındaki en önemli dönüm noktası world wide web (www) ‘in ortaya çıkması ile olmuştur (Kılıç, 2019, s. 154). World wide web, internet üzerinden erişilebilen, farklı medya belgelerinin bir birleşimidir (Chatto, 2019, s. 11). World wide web’in ortaya çıkışı ile birlikte kâğıttan ekrana bir göç olmasına yol açmıştır (Ambrose & Harris, 2019, s. 174). Böylelikle internet ortamı, bilginin kullanıcıya ulaştığı bir araç haline gelmiştir (Parker, 1999, s. 45). İnternet ortamında herhangi bir konu üzerine internet sayfası hazırlayabilme imkânı bulan bireyler (December, 2023, Erişim Tarihi 01/06/2024) bu internet sayfasına görsel, metin, ses veya video gibi her türlü içeriği kolaylıkla -internet sayfasının disk alanının imkân tanıdığı alan kadar- yükleyebilmektedirler. Bu içerikler aynı zamanda yüklendikten sonra zaman ve ortam sınırlaması olmaksızın düzenlenebilme imkânı vermektedir (Parker, 1999, s. 45). Tüm internet sitelerinin temel amacı iletişimdir (Beaird, 2020, s. 167). İletişimi kurmak amacıyla bağlamsal olarak metin ve görsel ögelerin kullanılması gerekmektedir. Bu metin ve görsel ögeler arasında ise bir uyum ihtiyacı bulunmaktadır. Dolayısıyla görsel ögelerin bütünlük içerisinde kullanılması büyük bir öneme sahiptir (McFedries, 2024, s. 101). Bir diğer yandan da internet sitelerindeki görsel ögelerin birbiriyle uyumlu bir biçimde tasarlanması, internet sitesinin kullanılabilirliği açısından oldukça önemlidir (Parker, 1999, s. 83). İnternet sitelerinin barındırması gereken belirli temel elemanlar arasında görsel bütünlük bulunmaktadır. Bu sebeple bir internet sayfası tasarlanırken tüm bu ilişki dikkate alınarak iyi bir görünüm elde edilmeli ve okurlar internet sayfasında gezinmek için teşvik edilmesi gerekmektedir (December, 2023, Erişim Tarihi 01/06/2024). İnternet sitesi tasarımının, kullanıcıların ilgisini çekerken aynı zamanda da farklı işletim sistemleri tarafından desteklemesi gerekmektedir (Lal, 2017, s. 52).

İnternet sitesi tasarımının farklı işletim sistemleri tarafından desteklenmesi, erişilebilirliği üst düzeye çıkartarak, kullanıcı deneyimini artırmak açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, işletim sistemi uyumluluğu, internet sitesi tasarımı için dikkat edilmesi gereken bir unsurdur.

4.1. İnternet Sitesi Tasarımını Oluşturan Temel Ögeler

Bir internet sitesi oluşturan temel ögeleri, temel bileşenler, arayüz, metin, tipografi, renk ve görseller şeklinde sıralamak mümkündür (Parker, 1999, s. 83). İnternet sayfalarında yer alan görsel ögeler, sitenin genel içeriği ile alakalı olmalı ve görsel ögelerin tamamlayıcı niteliği ile internet sitesine değer katması gerekmektedir (Campbell, 2018, s.133). Bu görsel ögeler, internet sitesinin ziyaretçilerini eğlendirmek, eğitmek ve onlardan geri bildirim toplamak için bir araç görevi görmektedir (Campbell, 2018, s.151). Temel görsel tasarım ilkeleri, tıpkı baskı ortamında olduğu gibi internet sitelerinin tasarımında da geçerlidir, ancak farklı bir dizi kısıtlama bulunmaktadır. İnternet tasarımının eylemsellik ve okunabilirlik ve bunların yanı sıra yanı sıra etkileşim kolaylığı da sağlaması gerekmektedir (Lopuck, 2006, s.109). Çünkü internet sitesinin tasarımını oluşturan temel ögeleri, sitenin işlevselliği ve okunabilirliği bakımından oldukça büyük önem taşımaktadır.

4.1.1. İnternet Sitesini Oluşturan Bileşenler

İnternet sitelerinin, kullanıcılar tarafından etkili bir şekilde kullanılabilmesi için arayüz tasarımının çok iyi olması gerekmektedir (Özcan, 1997, s.45). İnternet sayfalarının arayüz tasarımının sahip olduğu temel bileşenler, tıklanabilen menüler ve bağlantılar, butonlar ikonlar, linkler, üst bilgi alt bilgi, tablolar ve formlardır.

4.1.1.1. İnternet Sitesi Tasarımında Ana Sayfa

Ana sayfa, kullanıcıların internet sitesini ziyaret ettiğinde ilk gördüğü sayfa olarak kullanıcıları karşılamaktadır (Lal, 2017, s.54). Dolayısıyla bir internet sitesinde ana sayfa kullanıcıların o internet sitesi hakkında ilk izleniminin oluştuğu yerdir. Ana sayfa, internet sitesinin sahip olduğu değerlerini yansıtmak için önemlidir. Bu nedenle internet sitesinin ana sayfası, öncelikle internet sitesinin sahip olduğu görsel kimliği oluşturan unsurları içermelidir. Ana sayfa genellikle bir site içinde en çok ziyaret edilen sayfadır. Bu yüzden ana sayfaya konulacak tüm öğelerde seçici olmak önemlidir. Ana sayfada en sık kullanılan öğelere yer vermek ve diğer seçenekler için ayrı bağlantılar eklemek daha uygun olmaktadır.

Başarılı bir ana sayfa tasarımının ilk adımı, yalnızca gerekli olanları dahil etmektir (Wroblewski, 2002, s.154). Bir internet sitesinin ana sayfasında bazı temel öğeleri barındırması gerekmektedir.

4.1.1.2. İnternet Sitesi Tasarımında İkonlar ve Butonlar

İkonlar, internet sitesi tasarımında menüler ve gezinme çubuklarını görsel olarak temsil etmeye yardımcı olan sembollerdir (Kaplan, 2000, s. 58). Bu nedenle ikonlar tasarlanırken sayfanın genel görünümüne uygun olarak tasarlanmalıdır (Brinck, Gergle & Wood, 2002, s. 314). Bir internet sayfasının üzerine yerleştirilen butonların gör- algıla-tıkla prensibine uygun olarak hazırlanması gerekmektedir (Özcan, 1997, s. 81). Uygun ikon tasarımı sayesinde menülerin ve gezinme çubuklarının çekiciliği de artmaktadır (Dağıtmaç, 2010, s. 36). Günümüzde ikonlar belirli kavramları temsil etme konusunda genel bir anlayışa sahiptirler. Örneğin, bir ev şeklindeki ikon genellikle "ana sayfaya dön" işlevini simgelerken, mektup şeklindeki bir ikon "iletişim"i, büyüteç ikonu ise "sayfada arama yapma" işlevini ifade etmektedir. İkonların tasarımı yapılırken, bu tür yaygın anlamların göz önünde bulundurulması önemli olmaktadır.

İkonların dört temel kategorisi bulunmaktadır. Bunlar, doğrusal ikonlar, modüler ikonlar, açık ikonlar ve detaylı ikonlardır.

> "Resimli ve hareketli olabilen doğrusal ikonlar, sayfalar arası geçiş, ana sayfaya dönebilme, site bütününü belirli sıra ile gezinebilme olanağı sağlamaktadır. Modüler ikonlar, kişiselleştirilebilen ikonlardır. Açık ikonlarda ise kullanıcıların içeriğe istediği sıralama ile erişebilme olanağı vardır ve sayfalar arasında sıralama sınırlılığı yaşamadan geçebilme imkânı bulunmaktadır. Detaylı ikonlar ise ayrıntılı ve açıklayıcı içerikler ile kullanıcıya erişim için alternatif imkanlar sunmaktadır" (Bedir Erişti, 2017, s. 106).

Aynı zamanda ikonlar, internet haber sitesinin genelinde dolaşımı sağlayan butonlarla etkileşimli olarak kullanılmaktadırlar (Kaplan, 2000, s. 58). Kullanıcıların belirli bir işlemi gerçekleştirmeleri veya belirli bir eyleme yönlendirilmeleri için kullanılan butonlar, İnternet sitesinin kullanıcı deneyimini artırarak internet sitesinin daha etkin bir şekilde kullanmasına yardımcı olmaktadır.

4.1.1.3. İnternet Sitesi Tasarımında Bağlantılar ve Menüler

İnternet sayfasında bağlantılar, internet sayfasının başka bir bölümüne yönlendiren bileşenlerdir. Her bağlantı, bağlantının gönderme yaptığı sayfanın internet adresini içermektedir (Artnson, 2007, s.215). Menüler ise kullanıcının uygulamalarla ilgili seçeneklere erişebilmesini ve seçim yapabilmesini sağlayan tasarım öğeleridir. İnternet sitesi içerisindeki menüler sayesinde kullanıcılar bir metin hiyerarşisi ve bölüm adlarını kullanarak bölümlere ve sayfalara yönlendirilmektedir (Caldwell & Zappaterra, s. 166). İnternet sitesinde yer alan açılır menülerin sunuluş sırası, kullanıcının sitenin işlevlerini kullanabilme başarısını doğrudan etkilemektedir (Lopuck, 2006, s.73). Bu sebeple internet sitesinde bulunan menülerin, sayfanın amacına yönelik olmasına da özen göstermek gerekmektedir (December, 2023, Erişim Tarihi 01/06/2024). Menüler genellikle internet sayfasının üstüne veya sol kısmına yerleştirilmektedir. Bunun sebebi menülerin her zaman görüş alanı içinde olması gerekliliğinden kaynaklanmaktadır (Brinck, Gergle & Wood, 2002, s. 328). Menü sayısı sekizden fazla olmamalıdır. Menülerin düzeni, öneme göre belirlenmeli ve en çok kullanılandan başlayarak en az kullanılana doğru sıralanması gerekmektedir (Dağıtmaç, 2010, s. 31). Bu sayının üzerinde menü seçeneği kullanılacaksa bunlar açılır alt menüler olarak düzenlenmesi gerekmektedir. Açılır menüler kullanıcılara, daha detaylı bir seçenek yelpazesi sunarak ihtiyaç duyulan sayfaya daha hızlı erişim imkânı sağlamaktadır (Lopuck, 2006, s.88). İnternet sayfasındaki menüler, kullanıcının hedeflediği içeriğe en kısa ve en kolay yoldan ulaşmasını sağlayan navigasyon görevini üstlenmektedir.

4.1.1.4. İnternet Sitesi Tasarımında Üst Bilgi – Alt Bilgi

Bir internet sitesinde üst bilgi alanı, logonun yer aldığı ayrıca menü ve arama çubuğu da bulunduğu bölümdür. Üst bilgi çoğu zaman metnin başlığını veya ilgili alt başlığı içermektedir ve kullanılacak yazı karakteri ana metinle uyumlu olmalıdır (Parker, 1999, s. 124).

Alt bilgi, bir internet sitesinin ana sayfasının en alt kısmında bulunan bölümdür (McFedries, 2024, 181). Bu bölümde genellikle site haritası, künye, iletişim bilgileri, sosyal medya bağlantıları, telif hakkı ve gizlilik bilgileri yer almaktadır (Wroblewski, 2002, s.139). Son içeriği, tarayıcı penceresinin altından ayıran altbilgi, kullanıcılara sayfanın en altında olduklarını göstermektedir (Beaird, 2020, s. 28).

4.1.1.5. İnternet Sitesi Tasarımında Tablolar

Tablolar, internet sayfasında yer alan ögelerin sütunlara ve satırlara hassas bir şekilde hizalanmasına olanak tanımaktadır (Artnson, 2007, s.215). Tablolar, verilerin kullanıcılar tarafından rahatlıkla okunarak kavranmasını olanaklı hale getirmesi sebebiyle, tablolar özellikle geniş veri setlerinin sunumunda sıklıkla kullanılmaktadır.

Tablolar, satır ve sütunlardan oluşmaktadır. İnternet sayfalarını satırlara ve sütunlara bölmek amacıyla kullanılan tablolar, bilgiyi yapılandırmaya yardımcı olmaktadır (MEB, 2012, s.29).

Bir tablonun etkili bir şekilde tasarlanması için, anlaşılabilirlik, sade tasarım ve optimizasyon niteliklerine sahip olması gerekmektedir. Bir internet sitesinde bulunan tabloya ait verilerin kullanıcıların kolayca yorumlayabileceği şekilde net bir biçimde sunulması anlaşılabilirlik ile ifade etmek mümkündür. Anlaşılabilirlik kriteri sayesinde tabloda verilen verilerin karmaşıklığı azaltılarak, bilgilerin açık bir şekilde organize edilmesi ile sağlanmaktadır. Bir diğer kriter ise, sade tasarımdır. Gereksiz öğelerden arındırılmış bir tablo tasarımı, kullanıcıların dikkatinin verilere odaklamasına yardımcı olmaktadır. Bir internet sitesinde bulunan tabloya ait bulunması gereken son kriter ise, tabloların çeşitli ekran boyutları ve cihaz türlerine uygun olacak biçimde düzenlenmesidir. Böylelikle, tabloda bulunan verilerin her türlü ortamda erişilebilir ve kullanılabilir olmasını sağlamaktadır.

4.1.1.6. İnternet Sitesi Tasarımında Formlar

İnternet tabanlı formlar, bir internet sitesi ziyaretçisinin bilgi girebileceği veya seçenekleri belirleyebileceği yapılandırılmış internet dokümanlarıdır. Yaygın form öğeleri arasında metin kutuları, onay kutuları, seçenek düğmeleri, açılır liste kutuları ve gönder düğmesi bulunmaktadır (Campbell, 2018, s.163). İnternet formları, bir internet sitesi tasarımının en son aşamasıdır ve internet sitelerinde genellikle önemsiz görülmektedir. Bu sebeple de iyi tasarlanmayan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak formlar, hedef kullanıcı kitlesinden bilgi toplamak ve sitenin etkileşimi arttırmak için en etkili yöntemdir.

İnternet haber siteleri, formlar aracılığıyla ziyaretçilerin belirli bir haber hakkında yorum yapmasına ve başkalarının yaptığı yorumlara yanıt vermesine olanak tanımaktadır.

Forumlarda yapılan bu yorumlar, internet sitesinde yer alan haberlere olan ilginin ölçülmesine yardımcı olmaktadır (Campbell, 2018, s.166).

4.1.2. İnternet Sitesi Tasarımında Metin Kullanımı

Metinler, bir internet sitesinin en önemli parçasını oluşturması (Parker, 1999, s. 86) sebebiyle internet sitelerinde, metnin nasıl sunulduğu büyük önem taşımaktadır (Dağıtmaç, 2010, s. 27). İnternet sitesinde metin, basit, net ve anlaşılır bir biçimde yazılmalı ve bu metin sayfa düzeni ile uyumlu biçimde ayarlamalıdır (Parker, 1999, s. 87). Okunabilir metin, internet sitesi kullanıcıları için değerli içerik sağlamak açısından oldukça önemlidir (Felke-Morris, 2019, s. 80). İnternet sitesinde okunabilirliği arttırmanın ilk adımı doğru paragraflar arası girinti ya da kenar boşluğu kullanımıdır. İnternet sitesinde bulunan metnin ilk paragrafına veya bir başlıktan sonraki ilk paragrafa girinti verilmemesi gerekmektedir. Diğer paragraflarda ise girinti kullanıldığı taktirde paragraflar arasına boşluk eklenmemelidir. Paragraflara girinti verilmediğinde ise okunabilirliğin artırılması için paragraflar arasına biraz kenar boşluğu eklenmesi gerekmektedir (McFedries, 2024, s. 64). İnternet sayfasında kullanılan metnin, cümleler arası boşluğu, arka planla olan kontrastı, okuyucuların yazı karakterine aşinalığı okunabilirlikte de yine okunabilirlik için büyük önem taşımaktadır (Campbell, 2018, s.151). Uzun metinler okur tarafından göz ardı edildiğinden, metinlerin aşırı uzun olmamasına ve içeriğin bölümler halinde sunulmasına da özen gösterilmesi gerekmektedir (Dağıtmaç, 2010, s. 27). Bu sebeple, metin hem anlaşılır hem de okunabilir bir şekilde yapılandırılmalı, gereksiz detaylardan kaçınılmalı ve metnin sahip olduğu ana unsur belirgin biçimde vurgulanmalıdır.

4.1.2.1. İnternet Sitesi Tasarımında Metin Başlığı Kullanımı

Başlık, internet sitesinin ana sayfandaki en önemli yerdir çünkü kullanıcılar siteye geldiklerinde gördükleri ilk yer burasıdır (McFedries, 2024, 164). İnternet sitesi tasarımında metin başlığı, bir metin bölümünden hemen önce görünen ve o metnin içeriğini adlandırmak veya kısaca tanımlamak için kullanılan bir kelime ya da cümleden oluşmaktadır. İnternet sitesinin sahip olduğu ana başlık sitenin kendisinde görünürken, başlık öğesi içindeki metin yalnızca tarayıcı sekmesinde görünmektedir.

Ana başlığın yanı sıra, birçok internet sayfası içeriği, her biri kendi başlığına sahip olan çeşitli bölümlere ayrılmaktadır (McFedries, 2024, s. 34). Bu bölümler, kullanıcıların aradıkları bilgilere kolayca ulaşmalarını sağlamak için belirli bir düzene göre yapılandırılmaktadır.

4.1.2.2. İnternet Sitesi Tasarımında Metin Bloklama Biçimi

İnternet sitesi tasarımında metin bloklama biçimi, internet sitesinin genel performansını doğrudan etkileyen önemli bir unsurdur. Genel olarak, bir internet sitesindeki metin sütunları, internet sitesinin genel görünümüyle uyumlu olacak şekilde, bloklanması gerekmektedir (Sklar, 2015, s. 210). İnternet sitesinde metnin nasıl hizalanması gerektiğine karar verilmesinin ardından, bu hizalama biçiminin internet sitesindeki tüm metinlerde tutarlı bir şekilde uygulanması gerekmektedir (Gentry, 2017, 86). Bir internet sitesinde metin, sağ, sol, orta ve iki yana yaslı olarak dört şekilde bloklanabilmektedir (Sklar, 2015, s. 204). Tek tip bir bloklama biçimi tercih edilerek internet sitesinde bütünlük ve tutarlı bir görüntü sağlanmaktadır (Gentry, 2017, 86).

4.1.2.3. İnternet Sitesi Tasarımında Boşluk Kullanımı

Metnin okunabilirliğini ve anlaşılırlığını artıran en önemli faktörlerden biri, doğru oranlarda ayarlanmış boşlukların kullanılmasıdır (Tiryakioğlu, 2012, s.34). Boşluk, kullanıcının gözünü, tasarımın nefes almasını sağlarken aynı zamanda denge ve bütünlüğün oluşturulmasına da yardımcı olmaktadır (Beaird, 2020, s. 29). Boşluk kullanımı, aynı zamanda metnin estetik bir görünüm kazanmasını da sağlamaktadır. Bu boşluklar, metni diğer görsel tasarım öğelerinden ayırarak okunacak bölümlerin ana hatlarını belirleyerek okuyucunun metin üzerindeki odaklanmasını artırmaktadır.

İnternet tasarımında kullanılan alan, basılı mecralarda olduğu kadar kısıtlı değildir (Parker, 1999, s. 23). Ancak her boşluğa tonlarca malzeme yerleştirilmiş internet siteleri, sayfanın okunmasını zorlaştırmaktadır. Dikkatlice planlanmış boş alanlar olmadan bir tasarım, kalabalık bir oda gibi hissettirmektedir (Beaird, 2020, s. 29). Bu nedenle internet sitesi düzeni oluşturulurken, her zaman tasarım öğelerinin etrafında gerekli oranda boşluk bırakılması gerekmektedir (Lopuck, 2006, s.119). Böylece sayfadaki metin ile beyaz alan dengeli bir biçime bürünmektedir (Lal, 2017, s. 52). Boşluklar yalnızca sıkışık hissettirmeyen bir atmosfer yaratmakla kalmamakta, aynı zamanda kullanıcının gözünün

internet sitesinde hızlı bir şekilde tanımlanmasını sağlayarak sayfayı daha okunaklı hale getirmektedir (Lopuck, 2006, s.119).

4.1.3. İnternet Sitesi Tasarımında Tipografi Kullanımı

Estetik bağlamda çekiciliğe sahip bir internet sitesi, bu çekiciliğin büyük bir kısmının tipografik ögelerin doğru kullanmasından kaynaklanmaktadır. Tipografi, deneyim ve hayal gücüne dayanan, kurallar ve okunabilirlik tarafından yönlendirilen iki boyutlu bir mimari, internet sitesinin sihirli tozudur (McFedries, 2024, s. 343). Bir internet sitesinin marka inşasında, özgün tipografi kullanımı önemli bir paya sahiptir (Beaird, 2020, s. 167). Bu sebeple tasarım açısından başarılı bir internet sitesi oluşturmanın temel adımlarından biridir. Bir internet sitesinde etkili bir tipografi kullanımı için bazı temel ilkelerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. İlk olarak, daha az yazı tipi ve boyutu seçmek, tasarımın sade ve anlaşılır olmasını sağlamaktadır (McFedries, 2024, s. 161). Böylelikle internet sitesinde verilmek istenen mesaj net bir şekilde iletilmektedir (Sklar, 2015, s. 182). Farklı yazı karakteri ailelerinden gelen ikiden fazla yazı karakteri, ekranda karışıklığa ve hoş olmayan bir görünüme yol açması nedeniyle kullanıcının dikkatinin dağılmasına sebep olduğu için tercih edilmemesi gerekmektedir (Burger, 1993, s. 251). Kullanılabilir yazı tiplerini tercih etmek, kullanıcı deneyimini olumlu yönde etkileyen tipografik bir unsurdur (Sklar, 2015, s. 182). İnternet sitesi tasarlanırken göz önünde bulundurulması gereken önemli bir nokta da farklı işletim sistemlerinde çalışabilen yazı tipi tercih edilmesidir. Farklı işletim sistemlerinde problemsiz çalışan dokuz yazı tipi ailesi bulunmaktadır. Bunlar, arial, arial black, comic sans MS, courier new, georgia, impact, times new roman, trebucket MS, verdanadır (Beaird, 2020, s. 169). Bu yazı tiplerini tercih etmek kullanıcı deneyimi açısından daha güvenli bir tipografi sağlamaktadır.

İnternet sitesindeki metin gövdelerinde genellikle sans serif yazı karakteri tercih edilmektedir. Bunun sebebi bu tip yazı karakterlerinin uzun metinlerde daha okunabilir olmasından kaynaklanmaktadır (Lopuck, 2006, s.112). Sans-serif yazı karakterleri ise hızlı okunabilmektedir. Bu yüzden sans-serif yazı karakterlilerinin başlıklar için kullanılması daha uygun olmaktadır (Gentry, 2017, s. 86). Sans serif yazı karakterinin daha modern bir his vermesi nedeniyle internet sitesi için avantaj sağlamaktadır (McFedries, 2024, s. 162). Times New Roman gibi serifli yazı tipleri ilk olarak baskı için

geliştirilmiştir. Dolayısıyla bu yazı karakterleri bilgisayar monitöründe kullanışlı olmamaktadır. Bilgisayar monitörü için kullanılacak yazı karakterlerinin sans serif yazı tipine sahip olması özellikle ekranlarda görüntülenmek üzere tasarlanmıştır.

1929 yılında Tinker ve Paterson tarafından yapılan çalışma, 3 ile 3,5 inç (75 ile 90 mm) arasındaki satır uzunluklarının, internet ortamında, en hızlı okuma performansını sağladığını ortaya koymuştur. Aynı çalışmada, satır uzunluğu 7,3 inç (185 mm) olan paragrafların ise en yavaş okunan paragraflar olduğu ifade edilmektedir. Daha uzun satır uzunluklarının daha fazla göz hareketi gerektirdiğini ve bunun da kullanıcıların metin içindeki yerlerini kaybetme olasılığını artırdığını da öne sürülmüştür. Yaptıkları çalışmada satır başına düşen karakter sayısı arttıkça okuma hızının da arttığını bulan Dyson ve Kipping bu çalışmalarında 12 punto yazı karakteri kullanarak, 4 inç satır uzunluğunun en yavaş okuma hızına sahip olurken 7,3 inç satır uzunluğunun en hızlı okuma hızına sahip olduğunu tespit etmişlerdir (1998, s.154). Yine konuya ilişkin benzer bir çalışmada Youngman ve Scharff ise yaptıkları çalışmada12 punto yazı karakteriyle, kenar boşlukları olmadan 8 inçlik bir satır uzunluğunun, 4 ve 6 inçlik satır uzunluklarına göre en yüksek okuma hızına sahip olduğunu bulmuşlardır. Okuyucular yine burada da 4 inçlik satır uzunluğunu tercih etmişlerdir (1999, s.3). Yapılan bu çalışmalar göstermektedir ki okurlar bilgisayar ekranından metin okurken daha uzun satır uzunluklarının (10 inçe kadar) daha hızlı okuma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Çok kısa satır uzunluklarının (2,5 inç veya daha az) ise hızlı okumayı engelleyebileceği görülmektedir. Ayrıca, okurların orta uzunluktaki (4 ile 5 inç arası) satırları okuma eğiliminde olduğu belirlenmiştir.

4.1.4. İnternet Sitesi Tasarımında Fotoğraf Kullanımı

Sayısal teknolojilerin sağladığı olanaklar sayesinde fotoğraf, internet dünyası içerisinde sıklıkla karşımıza çıkarmaktadır (Kılıç, 2019, s. 12). İnternet sayfasında yer alan fotoğraflar, tasarımı görsel olarak zenginleştirmekte ve iletişimi daha net ve etkili hale getirmektedir (Kaplan, 2000, s.39). Bir internet sitesinde anlatılmak istenen konu, fotoğraf kullanılarak görsel olarak temsil edilmektedir (Wroblewski, 2002, s.115). Fotoğraflar sayesinde bilgi daha erişilebilir biçime dönüşerek, internet sitesi içerisinde yer alan metnin anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır (Wroblewski, 2002, s.115). Bu sebeple internet sitesinde gereksiz fotoğraf kullanımından uzak durmak gerekmektedir.

İnternet sitesine bir fotoğraf eklenmeden önce, o fotoğrafın metne uygunluğu sorgulanmalı (McFedries, 2024, s. 101) ve fotoğrafların içerikle olan ilişkili ortaya konmalıdır. İlgili ve gerektiği ölçüde fotoğraf kullanımı ile kullanıcıların ilgisi fotoğraf aracılığıyla metne çekilerek sunulan bilgileri pekiştirmesine olanak sağlanmaktadır (Wroblewski, 2002, s.115).

Bir internet sitesinde fotoğraflar, kolaylıkla yüksek kalitede kullanılabilmektedir. Fotoğraflar, internet sitelerinin yüklenme hızını etkilediğinden jpg, gif, png gibi (internet dostu) resim formatları tercih edilmelidir. İnternet siteleri için en sık kullanılan fotoğraf formatı jpg (joint photographic experts group) formatıdır.

Bu format milyonlarca renge sahip karmaşık fotoğrafları desteklemesinin yanı sıra bu formatın sıkıştırılmış olması nedeniyle diğer yüksek kaliteli görüntülerden daha hızlı işlem olanağı sağlamaktadır (McFedries, 2024, s. 89). Görüntünün kalitesi ile sıkıştırma miktarı arasında bir denge bulunmaktadır. Fakat yine de orijinal fotoğraftaki bazı piksellerin kaybolduğu veya sıkıştırılmış dosyadan çıkarıldığı anlamına gelmektedir. Daha az sıkıştırılmış bir fotoğraf daha yüksek kaliteye sahipken daha büyük bir dosya boyutuna sahip olacaktır. Daha fazla sıkıştırılmış bir fotoğraf ise daha düşük kaliteye sahipken daha küçük bir dosya boyutuna sahip olacaktır.

4.1.5. İnternet Sitesi Tasarımında Renk Kullanımı

Bilgisayar ekranının cam yüzeyi, göz ile obje arasında daima ayna gibi yansıtıcı bir yüzey sunmaktadır (Holtzschue, 2009, s. 114). Bilgisayar ekranındaki renkler, farklı dalga boylarından yayılan ışıkların dağılması ile yaratılmaktadır (Holtzschue, 2009, s. 115). Ekran üzerinde rengin oluşumunda renk karışımlarına eklenen ışık önemli bir etmendir (Bedir Erişti, 2017, s.74). Bir ekranda görülen renkler, ışığın sadece üç renginin karışmasının sonucudur (Suler ve Zakia, 2018, s. 156). İnternet tasarımında kullanılan bu renkler, kırmızı, yeşil ve mavidir (Gon, 2005, s.11). RGB olarak kısaltılan bu renkler, internet renkleri olarak tanımlanmaktadır (Ambrose & Harris, 2017, s. 158). RGB yoğunluk değerleri 0 ila 255 arasındadır. Her RGB renginin kırmızı, yeşil ve mavi için birer tane olmak üzere üç değeri bulunmaktadır. Bunlar her zaman aynı sıra ile (kırmızı, yeşil ve mavi) listelenir ve her rengin sayısal değerini belirtir. İnternet sayfalarında RGB rengini belirtmek için onaltılık renk değerleri kullanılmaktadır (Felke-Morris, 2019, s. 82). Bu üç temel rengin farklı yoğunluklarda kullanılmasıyla renk spektrumunda istenilen

renk elde edilebilmektedir (Mazlum, 2006, s. 25). Bu sebeple görüntülerin orijinal renk uzaylarında bırakılması ve renk düzeltme işlemlerinin RGB modunda gerçekleştirilmesi en iyi sonucu vermektedir (Lawler, 2006, s. 64).

Ancak ekranların çıkış cihazıyla eş renkte görüntü elde edilebilmesi için renk kalibrasyonu yapılması gerekmektedir (Ambrose & Harris, 2017, s. 158). Renk kalibrasyonu, renk alanının belirli standartlara göre ayarlanması sürecidir. İnternet sitesinde renk kalibrasyonu, internet sayfasında kullanılan renklerin farklı dijital cihazlarda tutarlı bir şekilde görüntülenmesini sağlamak için yapılmaktadır.

İnternet sayfasının basılı mecralara göre avantajlı olduğu görsel ögelerden birisi de renktir. Basılı ürünlerde eklenen her renk maliyetin artmasına neden olurken, internet sayfasında renk için ücret ödemeye gerek bulunmamaktadır (Parker, 1999, s. 28). "İnternet'de renk ücretsizdir" internet tasarım çevrelerinde yaygın olarak kullanılan bir sözdür ve metne, arka planlara, kenarlıklara ve diğer öğelere ücret ödemeden renk ekleyebileceği anlamına gelmektedir (McFedries, 2024, s. 101). Bir internet sayfasını renklendirmenin en kolay yolu sabit bir arka plan üzerinde farklı bölümleri farklı ve uygun renkler kullanmaktır (Parker, 1999, s. 117). Uygun renk seçiminin en basit yolu internet sitesinin logo renklerini kullanarak internet sitesinin teması için en fazla üç renk kullanılmasıdır (Lal, 2017, s. 52).

4.1.5.1. İnternet Sitesi Tasarımında Arka Plan Kullanımı

İnternet sitesinde arka plan, metin ve görsellerin arkasında bulunan alandır. İnternet sitelerinin genel tasarımında belirleyici bir rol oynayan renk kullanımı, özellikle sitenin arka plan rengiyle yakından bir ilişki içesindedir. Arka plan renginin metnin okunabilirliğini engellememesi gerekmektedir (McFedries, 2024, 164). Bir internet sayfasını ziyaret eden kullanıcılar, yoğun ve koyu renklere sahip, boğucu ve sıkıcı arka planı bulunan internet sayfasından uzaklaşmaktadır. Aynı şekilde fazla parlak renklere sahip karmaşık bir arka plan da okur üzerinde aynı olumsuz etkiyi bırakmaktadır. Genel olarak, açık bir arka plan üzerine konumlanmış koyu metinlerin okunması kolay olmaktadır (Sklar, 2015, s. 188). Parlak beyaz, soluk pembe, yumuşak krem ve yumuşak gri tonları, internet sitesi arka planı için uygun renklerdir. Bu renklerin arka planda kullanımı, internet sitesinin kullanıcı üzerinde yaratacağı ilk izlenim için olumlu bir etki bırakmaktadır. Bu nedenle internet sitesinde bulunan metin rengi ile arka plan rengi

arasında yeterli kontrast sağlanmalıdır (Sklar, 2015, s. 188). Böylelikle metinler arası hiyerarşi oluşmaktadır (McFedries, 2024, s. 312). Ayrıca arka planla kullanılan renkler ile internet sitesinde bulunan metinlerin yazı renkleri birbirine yakın olmamalı ve internet sitesinin bütün sayfalarında ayrı renk ve yapı kullanılarak tutarlılık elde edilmelidir (Parker, 1999, s. 112).

4.1.6. İnternet Sitesi Tasarımında Çizgi, İnfografik ve İllustrasyon Kullanımı

Çizgi, grafik tasarımın en yaygın unsurudur. İnternet siteleri tasarlarken çoğu kişi çizgileri yalnızca kenarlıklar veya tıklanabilir bağlantılar için düşünülüyor olsa da internet sitesi tasarımında sayısız alanda çizgi kullanılabilmektedir (Beaird, 2020, s. 130). Karmaşık verileri anlaşılması kolay bir şekilde, tek sayfalık görsel bir özette gösterebilen infografikler, verileri renk, yazı, grafik ve çizelgelerle göstermenin ilgi çekici bir yoludur (Lal, 2017, s.124). Bir internet sitesine infografik eklerken dikkat edilmesi gereken nokta, infografiğin boyutunun internet sitesi ile uyumlu olmasıdır. Dikey düzene sahip internet sitesi için uygun ölçüler 800 × 2000+ piksel iken yatay düzene sahip internet siteleri için uygun ölçü 1600 × 1000 pikseldir (Lal, 2017, s.124). Bir internet sitesinde bir illüstrasyon kullanmak internet sitesini göz alıcı hale getirmektedir (McFedries, 2024, s. 91).

4.1.7. İnternet Sitesi Tasarımında Logo Kullanımı

İnternet sitesinde görünen üst bilgi bölümünde bulunan logo, internet sitesinin her sayfasının en üstünde yer alması gerekmektedir.
Logo, marka tanınırlığını artırırken aynı zamanda da kullanıcılara görüntüledikleri sayfaların tek bir sitenin parçası olduğunu bildirmektedir (Beaird, 2020, s. 27).

4.2. İnternet Sitesi Türleri

Günümüzün dijital çağında internet siteleri, belirli amaçlar doğrultusunda, kurumsal ya da bireysel kullanıcılar tarafından geliştirilmektedir. İnternet sitelerinin türü, belirli bir amaca ve hedef kitleye yönelik optimize edilmektedir. Farklı türdeki internet siteleri, kullanıcıların farklı beklentilerinin karşılanmasını amaçlamaktadır. Aynı zamanda internet siteleri, internet ortamının dinamik ve sürekli gelişen yapısına katkıda bulunmaktadır. İnternet siteleri altı temel kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar, kurumsal

internet siteleri, e-ticaret siteleri, bilgilendirici internet siteler, internet haber siteleri, forum siteleri ve kişisel internet siteleridir.

Kurumsal internet siteleri, tüketicilerin bir işletme hakkında bilgilendirilmesi amacıyla kurulmaktadır (Ellis, 2022, Erişim Tarihi 15/05/2024). Kurumsal internet sitelerinin birincil hedef kitlesi, kurumun potansiyel ve mevcut müşterilerinden oluşmaktadır (Powell, 2002, s.161). E-ticaret internet siteleri, alışveriş yapmak amacıyla kurulmaktadır (Shwake, 2023, Erişim Tarihi 08/05/2024). Bilgilendirici internet sitelerinin temel amacı bilgi dağıtımı olması sebebiyle genellikle kamu, eğitim, medya, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, dini gruplar veya çeşitli sosyal odaklı kuruluşlar tarafından tercih edilmektedir (Powell, 2002, s.163). İnternet haber siteleri, kullanıcılara pek çok konu hakkında bilgilendirici ve ilgi çekici içerikler sağlamaktadır. İnternet haber sitelerindeki haberlerin, kullanıcılara zamanında bilgi sunmak gibi bir çabası bulunmaktadır (Shwake, 2023, Erişim Tarihi 08/05/2024). Forum siteleri, kullanıcıların bir konu hakkında kendi aralarında tartışmalarına ve birbirleriyle bilgi ve bağlantı paylaşmalarına olanak tanımaktadır (Ellis, 2022, Erişim Tarihi 15/05/2024).

Kişisel internet sitelerini blog ve portfolyo siteleri olarak iki alt kategoriye ayırmak mümkündür. Kişisel internet sitelerinde temel amaç bireylerin kendilerini tanıtması ve kendi hakkında paylaşımlarda bulunmasıdır. Kişisel internet sitelerinin içerisinde özgeçmiş, kişisel/profesyonel fotoğraflar ve diğer kişisel içerikler bulunmaktadır (Powell, 2002, s.165). Kişisel internet sitelerinin en popüleri olan bloglar, düzenli olarak güncellenen online günlükler veya bilgi sayfalarıdır (Belyh, 2023, Erişim Tarihi 15/06/2024). Bir diğer kişisel internet sitesi türü olan portfolyo siteleri, kişisel proje veya sanatsal çalışmalara ait görsellerin sergilenmesi amacıyla kullanılmaktadır (Shwake, 2023, Erişim Tarihi 08/05/2024).

4.2.1. İnternet Haber Sitesi

Geleneksel gazeteler, bireysel ve toplumsal mirası gelecek nesillere taşımanın, kamuoyu oluşturmanın ve tarihi verileri ilk kez toplamanın bir aracı olmuştur. Ancak, bilgi çağının gelmesi ve internetin yaygınlaşmasıyla, internet gazeteciliği adı verilen ve bu özellikleri barındıran yeni bir medya türü ortaya çıkmıştır (Gezgin,2002, s. 30). İnternet gazeteciliği, geleneksel medya karşısında dört temel özelliğiyle dikkat çekmektedir. Bunlar; yayın

hızı, detayları sunabilme kapasitesi, içeriğin düzenlenebilir oluşu ve hem yayıncı hem de okuyucu için sağladığı özgürlüktür (Dilmen, 2012, s. 96).

Oya Tokgöz (2013), internet gazeteciliğinin evrimleşerek üç aşamadan geçtiğini ifade etmektedir:

> "Başlangıçta gazeteciler, haberleri öncelikle geleneksel gazeteler için hazırlayıp daha sonra bunları internet üzerinden de paylaşmışlardır. İkinci aşamada, gazeteciler internete özel orijinal içerikler oluşturmaya başlamışlardır. Üçüncü ve son aşamada ise, kullanıcıların haber içeriğini kontrol etme imkânı ortaya çıkmış ve bu da tek taraflı iletişimden çok yönlü, interaktif bir iletişime geçişi mümkün kılmıştır."

Teknolojik gelişmeleri takip eden haber kuruluşları, geniş kitlelere ulaşmak amacıyla kendi internet sitelerini oluşturmuşlardır. İnternet haber siteleri, medya kuruluşlarının sahipliğinde kurulabildiği gibi, farklı sitelerden yer alan içerikleri bir araya getirerek de kurulmuş internet haber siteleri bulunmaktadır (December, 2023, Erişim Tarihi 01/06/2024).

Bir internet haber sitesinde güncel olaylara yer verilirken bu olaylar menüler yardımıyla kategorilere ayrılmalıdır. Bu kategoriler ekonomi, eğitim, sağlık, teknoloji, yaşam tarzı, iş dünyası ve spor şeklinde olabilmektedir (December, 2023, Erişim Tarihi 01/06/2024). Bu kategoriler sayesinde okurlar, ilgilerini çeken konulara daha kolay erişirken aynı zamanda da internet haber sitesinde daha fazla vakit geçirebilmektedir (Tokgöz, 2013, s. 124).

4.3. Tarihsel Süreç İçerisinde Türkiye Ulusal Basınında İnternet Haber Sitesi

Geleneksel olarak yayınlarını sürdüren gazeteler ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde internet haber sitelerine geçiş yapmıştır. Türkiye de bu yeni mecraya geçmekte geri kalmamıştır (Tokgöz, 2013, s. 111). Türkiye'deki internet gazeteciliği faaliyetlerinin büyük bir kısmı, geleneksel medya kuruluşlarının internet siteleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Geleneksel medyanın güçlü aktörleri olan büyük gruplar, internet gazeteciliğine yatırım yaparak zaman kaybetmemiş ve basılı ile elektronik medyada sundukları içerikleri internet ortamına aktararak, bu yeni alanda da etkin ve güçlü bir varlık göstermeye başlamışlardır.

Türkiye'de internet haberciliği 1995-2000 yılları arasında ortaya çıkarak gelişme dönemini yaşamıştır (Onursoy, 2012). İnternet sayfasına ilk geçiş aşamasında Türk gazetelerinin internet sayfaları ziyaret edildiğinde, gazetenin günlük olarak kâğıt üzerinde

yer alan kopyasının okunabilmesi mümkün olmuştur (Tokgöz, 2013, s. 123). Ancak internet imkanları çoğaldıkça ve bu versiyon okur tarafından rağbet görmeyince yeni bir internet görünürlüğü tasarlama ihtiyacı doğmuştur. Çevrimiçi ortamda en yaygın haber üretim biçimi ana akım medya kuruluşlarına ait internet haber siteleri oluşturmaktadır (Kılıç, 2019, s.188).

Türkiye'de ilk elektronik gazete uygulaması Bilgin ailesi tarafından 1985 yılında bir aile gazetesi olarak yayınlanan Yeni Asır gazetesidir. Bu aile daha sonra elektronik gazete uygulamasını İstanbul'a taşıyarak Sabah gazetesini çıkartmaya yönelmiştir (Tokgöz, 2013, s. 93). 1990'lı yılların başlarından itibaren internet, gazetecilikte hızla önem kazanmış ve aynı zamanda yetkin bir tamamlayıcı unsur haline gelmiştir (Tokgöz, 2013, s. 110). Türkiye'de içeriklerini internet ortamına aktaran ilk süreli yayın, Aktüel dergisi olmuştur. Aktüel dergisi, 19 Temmuz 1995 tarihinde Boğaziçi Üniversitesi Bilgi İşlem Merkezi üzerinden internete geçmiştir. Bu adımı takiben, aynı yılın Ekim ayında yayın hayatına başlayan Leman dergisi de internete geçiş yapmıştır (Karaduman, 2005, s. 146 akt. Kılıç, 2019, s.168). Türkiye'de geleneksel gazetecilikten internet gazeteciliğine geçiş, ilk kez 2 Aralık 1995 tarihinde Zaman gazetesi tarafından yapılmıştır. Bunu 19 Mayıs 1996 yılında Turkish Daily News izlemiştir. Ocak 1996'da internet üzerinden yayımlanmaya başlayan XN isimli sanal gazete, haberleri sürekli yenilemeye yönelerek izleyicilerine farklı bir gazetecilik anlayışını ilk kez sunmuştur (Özgen, 2000, s. 60).

İnternet üzerinde içeriğini tamamen yayınlayan ilk gazete Milliyet'tir ve bunu 27 Kasım 1996 tarihinde gerçekleştirmiştir. Ardından Hürriyet ve Sabah gazeteleri, 1 Ocak 1997'de Milliyet'i takip etmiştir. Radikal gazetesi internete 28 Mart 1998'de katılırken, Cumhuriyet gazetesi 7 Mayıs 1998'de internete giriş yapmıştır. Cumhuriyet gazetesi, 2000 yılının Nisan ayında bir abonelik sistemini devreye sokmuş ve aboneler, kendilerine özel verilen şifrelerle o günün gazetesine erişim sağlamışlardır (Yüksel, 2014, s.102).

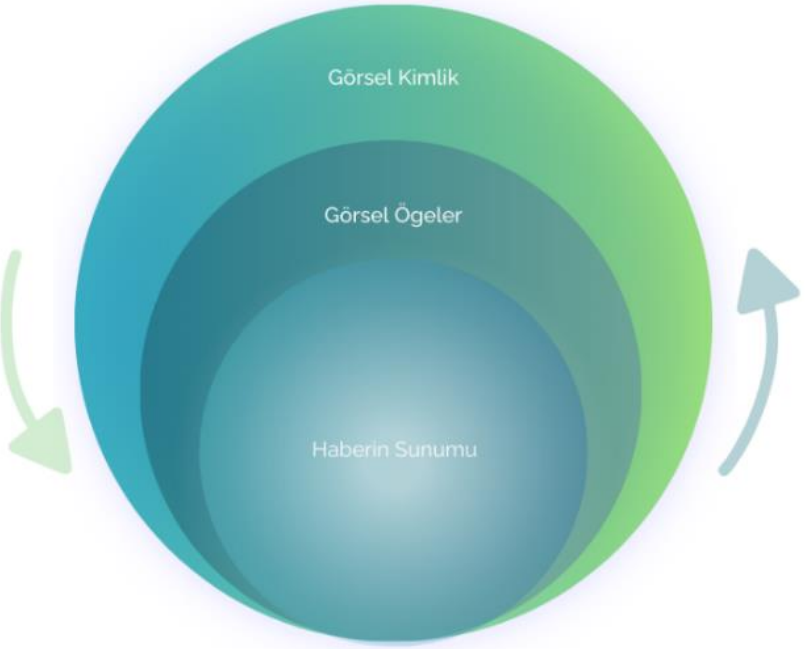
2000 yılı başlarından gerçek anlamda internet haberciliğinden söz edebilmek mümkün olmuştur (Onursoy, 2012). 2000 yılı başlarında, medyada yaşanan ekonomik krizin etkisiyle işsiz kalan birçok deneyimli gazetecinin öncülüğünde birçok internet haber sitesi yayına açılmıştır. Bu durum, Türkiye'de internet gazeteciliğinin gelişmesine olumlu katkı sağlamıştır. Türkiye'de internet üzerinden bağımsız yayın yapan ilk site NetHaber (2002)'dir. NetHaber, Anadolu Ajansı ve Reuters'dan aldıkları haberleri okurlarına ulaştırmıştır (Kalsın, 2016, s.78). Ayrıca internet üzerinden yayın yapan haber portalları

da bu dönemde devreye girmiştir. Daha sonra, pek çok büyük ve küçük internet sitesi, hatta asıl işi habercilik olmayanlar bile, insanların haber alma ihtiyacını karşılamak amacıyla hızlı haber paylaşma rekabete dahil olmuştur (Onursoy, 2012).

5. BÖLÜM: TÜRKİYE ULUSAL BASININDAKİ GAZETELER İLE İNTERNET HABER SİTELERİNİN GÖRSEL ÖGELER BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

5.1. Araştırmanın Amacı

McLuhan'ın ortam mesajdır paradigmasında asıl olarak vurguladığı nokta; haber mecrasının ve ortamın karakterinin, iletişime olan etkisinin gözden kaçırılmaması gerektiğidir (Kirişcan vd., 2020, s. 109). McLuhan'ın perspektifinden hareketle haber mecralarında yer alan haberlerin görsel sunumunun öneminin azımsanmaması gerekmektedir. Görsel ögelerin, gazetelerde yer alan haberlerin sunumunda etkili bir şekilde kullanılması, haberin kimliğini destekleyerek gazetenin görsel kimliğini oluşturmaktadır (Machin & Niblock, 2008, s. 257). Bir gazetenin ham maddesi haberdir, bir sayfa üzerinde haberi oluşturan ögelerin özgün kullanım biçimi ise görsel kimliği meydana getirmektedir. Haberin sunumu bu görsel kimlik ile daha özgün bir değer kazanmaktadır (Wrona, 2015, s. 108).



Şekil 1: Bir Gazetede Haberin Sunumu- Görsel Ögeler ve Görsel Kimlik İlişkisini Gösteren Venn Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bir gazetenin sahip olduğu görsel kimliğini, bu gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerine de taşınması, iki mecra arasında görsel kimliğin bütünlüğünün sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Böylelikle bir gazetenin sahip olduğu görsel kimlik, internet haber sitesinde de gazetenin sahip olduğu özgünlüğü ve değerleri yansıtarak, gazetenin hem basılı hem de dijital ortamda tutarlı ve etkili bir şekilde var olmasını mümkün hale getirmektedir. Bir gazete ve internet haber sitesindeki görsel kimlik uyumu sayesinde geniş bir okuyucu kitlesine ulaşır, tanınırlığını artırır, marka değerlerinin temel unsurlarını iletir ve böylece konumunu güçlendirip, marka kimliğinin farklılaşmasına katkıda bulunur (Wrona, 2015, s.108). Haber mecralarında büyük bir öneme sahip olan görsel kimlik, tüm bu nedenlerle bu çalışmanın temel dayanağını oluşturmaktadır.

Bu noktadan hareketle tez çalışmasının öncelikli amacı Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel haber medyası gazetelerin sahip oldukları görsel kimliklerini bu gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinde barındırıp barındırmadığını tespit etmektir. Bu çalışmanın temel amacına ulaşmayı destekleyen ikincil amaç ise dünyanın en köklü gazeteleri ile bu gazetelerin internet haber siteleri olan ilişkisi dahilinde Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisinin saptanmasını içermektedir. Bu ikincil amaç sayesinde Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki görsel kimlik bağlamındaki zayıf yönler daha belirgin olarak tanımlanarak çalışmanın öncelikli amacının daha geniş bir perspektifle değerlendirilmesi mümkün kılacaktır.

Bu doğrultudan hareketle çalışmada, "Türk ulusal basınındaki gazetelerin temel görsel ögeleri kullanım biçimleri ile ortaya koydukları görsel kimliği internet haber sitelerinde taşımakta mıdır?" ana sorusundan yola çıkarak şu alt sorulara yanıt aranmıştır:

1. Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel medya mecralarından gazetelerin sahip oldukları görsel kimliği oluşturan görsel ögelerin dağılımı ne şekildedir?
2. Türkiye ulusal basınında yer alan gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinin sahip oldukları görsel kimliği oluşturan görsel ögelerin dağılımı ne şekildedir?
3. Bu iki haber mecrasında kullanılan görsel ögelerin kullanım biçimleri arasındaki ilişki nasıldır?
4. Bu iki haber mecrasında kullanılan görsel ögelerin kullanım yoğunluğu birbirini tamamlayıcı nitelik taşımakta mıdır?

5. Dünyanın en bilinen köklü gazetelerinin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin birbiriyle olan ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisindeki sorunlar nelerdir ve nasıl çözüme kavuşturulabilir?

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu tez çalışmasında, çalışmanın amacına uygun olarak nitel veri analiz yöntemlerinden yararlanılacaktır. Nitel araştırmaların esas amacı olgu ve olayları betimleme, nedenlerini açıklama ve geleceğe bugünden bir rehberlik yapmaktır (Başol, 2008, s. 119). Çalışmada öncelikle araştırmanın örneklemini oluşturan gazeteler ve bu gazetelerin internet haber sitelerinden, doküman analizi aracılığıyla veriler elde edilecektir.

Doküman analizi hem basılı hem de elektronik belgelerin incelenmesi ya da değerlendirilmesine yönelik sistematik bir prosedürdür. Doküman analizi, daha sonra özellikle içerik analizi yoluyla ana temalar, kategoriler ve vaka örnekleri halinde düzenlenen verileri ortaya çıkarmaktadır (Bowen, 2009, s. 28). İncelenmek istenen kodlar araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış tema- kod modeline göre kategorilendirilecektir. Tema- kod modeli, ilgili literatürün bir belge koleksiyonu haline getirilerek veri setine dönüştürülmesi sonucu açık kaynak kodlu veri madenciliği programlarından biri olan weka programı aracılığıyla elde edilecektir. Veri setindeki öğeler arasındaki ilişkiler, algoritma parametreleri ile bağdaştırılarak kümelendirilmiş ve temalar halinde düzenlenecek ve araştırmanın amacına en uygun küme belirlenip, en doğru sonuç veren veri seti yapılandırılacaktır. Buradan yola çıkılarak, yapılandırılan bu veri seti ise tamamlayıcı bir yöntem olarak içerik analizi ile çözümlenecektir. Nitel içerik analizinde amaç, belirli bir konunun ayrıntılı biçimde düzenlenerek kavramsal derinliğini sağlamaktır (White & Marsh, 2006, s. 39). İçerik analizini, bilginin araştırmanın temel sorularıyla ilgili kategoriler halinde düzenlenmesi süreci olarak tanımlamak mümkündür (Bowen, 2009, s. 27). Analizden elde edilen bulgular veri görselleştirme arcılığıyla sunulacaktır. Veri görselleştirme, bilgiyi görünür kılma sanatı ve bilimidir. Başarılı bir veri görselleştirme, bilgi yoğunluğında gezinmenin en iyi yoludur ve bilgiyi görme şeklini değiştirebilmektedir. Veri görselleştirme, teknik ve tasarım entegrasyonu gerektiren aşamalardan oluşmaktadır. Bu aşamaları, veri edinme, bu verileri çözümleme ve

filtreleme, veri madenciliği, veri temsili, iyileştirme ve son olarak verilerin birbirleri ile olan etkileşimlerini sağlama şeklinde sıralamak mümkündür.

Kategoriler halinde düzenlenen verilerin görsel temsili, verilerin hızlı ve erişilebilir bir biçimde analiz edilmesini mümkün kılmaktadır (Derezovskiy, Shaimov, Lomazova, & Mitsyuk, 2024, s. 1). Bu çalışmada da tema- kod modeline göre elde edilen karmaşık veri yığını, karmaşık süreçleri anlamak için kullanılabilen bir görselleştirme tekniği aracı olan Sankey diyagramları ile modellenmiştir.

Tarihte bilinen ilk Sankey diyagramı, Fransız mühendis Charles Joseph Minard tarafından Napolyon'un Rusya'ya girmesi, geri çekilmesi ve sefer boyunca asker kayıplarının görselleştirilmesi amacıyla hazırlanmıştır (Griffith, 2021). Günümüzde ise Açık kaynaklı, tarayıcı tabanlı bir uygulama olan Sankey diyagramı (Daniel & West-Mitchell, 2024, s.967), karmaşık verilerin aynı anda iletilebilmesini olanaklı hale getiren zarif bir veri görselleştirme biçimidir (Griffith, 2021). Bu diyagram, tek tek verilerin veya veri gruplarının vurgulamasına olanak tanımaktadır (Derezovskiy vd., 2024, s. 1). Birden fazla alt kategori için karşılıklı bağımlılık akışlarını düzenlemek, hesaplamak ve görselleştirmek için esnek bir araç olan Sankey diyagramı, farklı kaynaklar arasındaki benzerliklerin ve farklılıkların ortaya konmasına yardımcı olmaktadır (Mongird, Oikonomou, Homer, & Rice, 2022). Sankey diyagramı, soldan sağa doğru okunan ve her bir çizginin kalınlığının temsil ettiği değerle orantılı olduğu bir dizi düğüm ve akıştan oluşmaktadır (Daniel & West-Mitchell, 2024, s.967). Sankey diyagramlarındaki akışlar, bir kategoriden diğerine akış yönünde genişleyip daralan çizgilerdir. Düğümler ise her aşamadaki etiketlerdir (Organ, 2024, s. 191). Bu etiketler hem kategorinin başlangıç noktasını hem de verinin sonlandığı noktayı göstermektedir. Diyagramdaki çizgilerin genişliği, akışın büyüklüğü ile paralellik göstermektedir. Bir kategoriden çıkan akışlar bölündükçe dalların genişliği küçülebilmektedir. Çünkü toplam miktar farklı hedeflere dağılmaktadır. Geniş düğümlerden çıkan geniş çizgiler, daha büyük verileri göstermektedir. Sankey diyagramında renk seçimi, diyagramın daha kolay anlaşılmasını sağlayan bir görsel araçtır. Sankey diyagramına uygulanan renkler, karmaşık verileri kategorilere göre renklendirerek daha anlaşılır ve etkili hale getirmek için kullanılmaktadır. Farklı renkler, farklı veri kategorilerini ve farklı akışları temsil etmektedir.

Sankey, temel ve karmaşık olarak iki tür diyagramın oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Temel Sankey diyagramı, tek bir veri türü için kullanılırken, karmaşık Sankey diyagramı temel seçenek altında değerlendirilen tüm akışları kapsayacak verilerin sınıflandırılması için kullanılmaktadır (Cottom, Zabaleta, Zurbruegg, Stretz, & Blume, 2020, 19). Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki benzerlikler ve farklılıkların karşılıklı bağlantılarının analiz edilerek çözümlenmesi ve araştırma sorularına yanıt aranabilmesi için çok yönlü bağlantıları görselleştirmek için geniş bir veri ilişkisini gösteren karmaşık Sankey diyagramı türünün çalışmanın amacına daha uygun olacaktır. Son olarak ise elde edilen bu verilerin ışığında yapılan değerlendirme ile Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber sitelerin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisi dünyanın en köklü yabancı gazeteleri ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisi perspektifinden değerlendirilecektir.

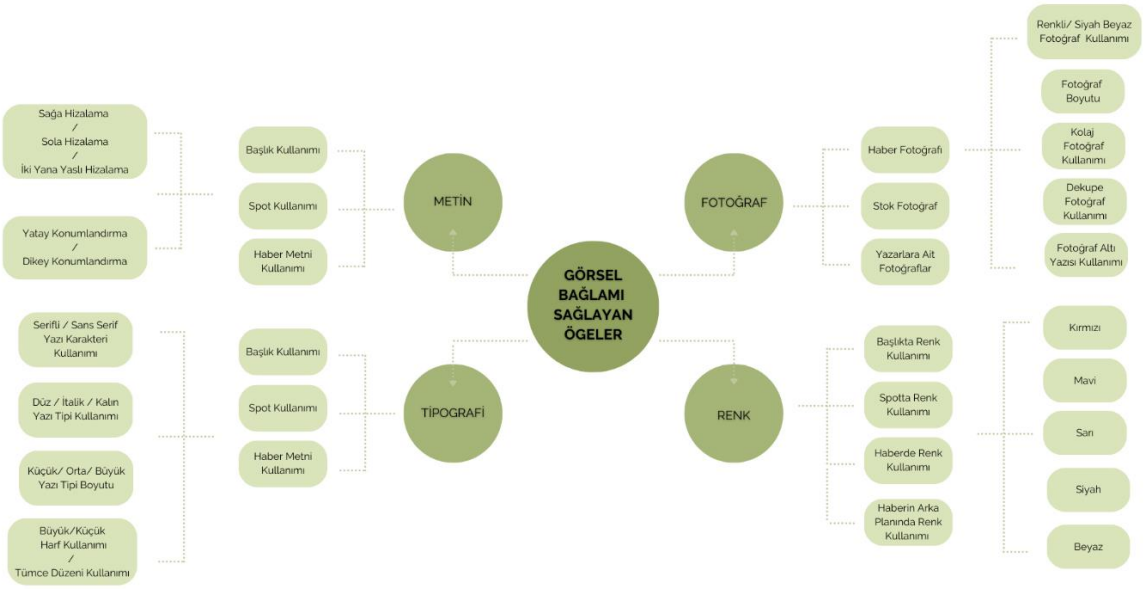
Özetle, doküman analizi tekniği ile elde edilen verilen içerik analizi yoluyla görsel tasarım bağlamında ana temalar ve kategoriler halinde organize edilecek organize edilen bu veriler veri görselleştirme yoluyla gruplar halinde modellenecek ve karşılaştırılmalı olarak analiz edilerek araştırmanın ana ve alt sorularına yanıt aranacaktır.

5.3. Araştırmanın Deseni

Nitel araştırma yöntemi benimsenerek kurulan araştırma deseni veri toplama, veri analizi ve veri görselleştirme olmak üzere üç fazdan oluşmaktadır.

Veri toplama aşamasında doküman analizinden faydalanılmıştır. İncelenen dökümanlara ait görseller Ek- 1'de sunulmuştur. İlgili dokümanlar incelenerek araştırma sorusuna yanıt verebilecek düzeydeki uygun veriler elde edilmiş ve elde edilen bu veriler biçimlendirilerek kodlama aşamasında Microsoft Office Excel programında kategorilere ayrılarak, tablolar şeklinde çalışmaya entegre edilmiştir. Bu kodlama aşaması, görsel bağlamı sağlayan ögelere ait tema- kod modeli oluşturularak yapılmıştır. Bu tema- kod modeli, ilgili literatürün bir belge koleksiyonu haline getirilerek veri setine dönüştürülmesi sonucu açık kaynak kodlu veri madenciliği programlarından biri olan weka programı aracılığıyla elde edilmiştir. Veri setindeki öğeler arasındaki ilişkiler, algoritma parametreleri ile bağdaştırılarak kümelendirilmiş ve temalar halinde düzenlenmiştir. Araştırmanın amacına en uygun küme belirlenip veri setine

dönüştürülmüş ve en doğru sonuç veren veri seti yapılandırılmıştır. Verilerin ön işleme süreci için gerekli olan bu yapılandırma, gazetelerin ve bu gazetelere ait internet haber sitelerinin görsel ögeleri oluşturan ögelerin düzeyini tespit edebilmek için kullanılmıştır. İlgili tema- kod modeli dört temel kategori ve iki aşamalı alt kategorilerden meydana gelmektedir (Şekil 2).



Şekil 2: Görsel Bağlamı Sağlayan Ögelere Ait Tema- Kod Modeli

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmanın amacına uygun olarak yapılandırılan bu tema- kod modeline göre veri setleri oluşturulmuştur. Elde edilen veri setlerinin doğruluğunun çalışmanın gidişatı için büyük önem arz etmesi sebebiyle, veri setinin doğruluğu birbiri ile bağımlı sayılar arasındaki tutarlılık kontrol edilerek ve ilgili hatalar düzeltilerek sağlanmıştır.

Veri toplama sürecinin ardından veri setlerinin analizi aşamasına geçilmiştir. Bu analiz gerçekleştirilirken içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin analiz edildiği birinci aşamada, örnekleme dahil olan beş gazete ve bu gazetelerin internet haber siteleri, kendi bağlamında çözümlenmiştir. Bu çözümlemeden elde edilen veriler arasındaki veri ilişkisini ortaya koyabilmek için çok yönlü bağlantılar, tema- kod modeline göre Sankey diyagramı ile görselleştirilmiştir. Buna ek olarak görsel ögelerin kullanım yoğunluğunu

karşılaştırmalı olarak gösterebilmek için veriler arasındaki ilişkileri görsel biçimde ortaya koyma imkânı sağlayan akor diyagramından faydalanılmıştır.

Çalışmanın temel amacına ulaşmayı destekleyen ikincil amaç için özgün tasarıma sahip dünyanın köklü gazeteleri (The New York Times, The Boston Globe, El País) ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki görsel kimlik ilişkisi bağlamında görsel ögelerin uyululuğu ile ortaya konarak Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki uyumluluğunun saptanmasını içermektedir. Bu ikincil amaç için seçilen yabancı gazetelerin görsel ögeleri kullanım biçimleri ve yoğunlukları tespit edilerek Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisi saptanmıştır. Bu saptama için gerekli olan yabancı gazetelerin görsel ögelerinin yoğunluklarını ortaya koymak için yine akor diyagramından faydalanılmıştır.

5.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın evrenini Türkiye'de, ulusal basında yer alan basılı gazeteler ile internet haber siteleri oluşturmaktadır. Örneklem, çalışmanın amacına uygun olarak seçilmiştir. Örneklem, Türkiye ulusal basınında yer alan gazetelerin tirajlarına göre belirlenmiştir. Bunun nedeni olarak; görsel kimlik bağlamında tirajı en yüksek gazetelerin incelenmesinin, en yüksek bağlamı, en net biçimde ortaya koyacağının düşünülmesidir.

Tirajı en yüksek beş gazetenin ele alınmasının, çalışmanın hedeflediği amacı karşılayacağı düşünülmektedir. Örneklemin gazetelerin tirajları üzerinden seçilmesinin sebeplerini şu şekilde açıklamak mümkündür: Gazeteler, dijitalleşme sürecine girerek internet haber sitelerinde de faaliyet göstermeye başlamış ve bu süreç ile mecralar birbirini tamamlayıcı nitelikte iki haber mecrası haline gelmiştir. Günümüzde her ne kadar internet haber sitelerinin ziyaretçi sayıları gazetelerin tirajlarına kıyasla yüksek olsa da günümüzde gazetesi bulunmayan ve yalnızca internet ortamında faaliyet gösteren pek çok popüler internet haber siteleri bulunmaktadır. Bu nedenle internet haber sitelerinin ziyaretçi sayıları yönünden örneklem belirlemenin, çalışmanın amacına yönelik kullanılabilir bir veri sağlamayacağının düşünülmesi sebebiyle, internet haber sitelerinin ziyaretçi sayıları yerine gazetelerin tirajları baz alınmıştır.

18 Mart - 24 Mart 2024 Gazetelerin Tirajları

Gazete	Adet	Gazete	Adet
Sabah	109.437	Cumhuriyet	15.219
Türkiye	108.781	Karar	11.692
Hürriyet	104.69	Yeni Birlik	10.519
Sözcü	103.30	Aydınlık	10.494
Akşam	101.602	Analiz	10.430
Milliyet	68.438	Milat	10.261
Posta	58.801	Diriliş Postası	6.571
Y. Akit	52.580	Yeni Asya	6.416
Takvim	51.989	Milli Gazete	5.154
Yeni Asır	50.355	Birgün	4.492
Y. Şafak	50.031	Ayrıntılı Haber	3.938
Korkusu	38.224	N.BirEkonomi	3.522
Türkgün	33.442	Doğru Haber	3.156
Fanatik	31.377	G.Evrensel	2.885
Fotomaç	29.300	DünyaGazetesi	687

Görsel 9: 18 Mart- 24 Mart 2024 Gazetelerin Tirajları

Kaynak: (Medya takip, 2024, Erişim Tarihi: 16/04/ 2024)

Tiraj verileri www.medyatakip.com.tr adresinden alınmıştır. 18 Mart- 24 Mart 2024 aralıklı tiraja göre birinci sırada Sabah, ikinci sırada Türkiye, üçüncü sırada Hürriyet, dördüncü sırada Sözcü ve beşinci sırada Akşam gazeteleri bulunmaktadır. Bu gazetelerin birinci sayfaları ile bu gazetelere ait internet haber sitelerinin ana sayfaları incelenecektir. Böyle bir tercihin yapılmasının sebebi, bir gazetenin imajını, yayın politikasını en belirgin şekilde gösteren sayfanın birinci sayfa olması ve birinci sayfanın, yayının amacını en iyi şekilde yansıtmasıdır (Şimşek İşliyen, 2016, s. 113). Aynı zamanda en önemli haberler gazetelerin birinci sayfasında bulunmaktadır (Tokgöz, 2013, s. 230). Fransız düşünür Jean Paul'a göre gazetelerin ilk sayfası, "bir oyun bahçesi değil, bir talimhane ve muharebe alanıdır, çünkü işe en iyi fikirlerle girişmek isteyenler ilk sayfayı sayısız düşüncenin de idam sehpası haline getirir" (Müller, 2018, s.90). Gazetenin birinci sayfasında yer alan metin, fotoğraf ve renk gibi unsurların hem işlevsel hem de estetik bir biçimde kullanılması okuru gazeteye çekmesi için oldukça önemlidir (Şimşek İşliyen, 2016, s. 115). Benzer bir şekilde internet haber sitesinin ana sayfası da kullanıcının o internet sitesi hakkında ilk izleniminin oluştuğu yerdir. Ana sayfa, internet sitesinin sahip

olduğu değerlerini yansıtmak için önemlidir. Bu sebeple inceleme, gazetelerin birinci sayfaları ile internet haber sitelerinin ana sayfalarının karşılaştırması yapılarak gerçekleştirilecektir. Gazeteler görsel ögeler bağlamında inceleneceğinden, özel gün, dini ya da milli bayramlar, doğal afetler, seçimler gibi önemli olayların ya da bu olayların etkisinin bulunduğu günlerde veriler elde edilmemiştir. Bu günler özel tasarım gerektirdiğinden genel görünümü ortaya koymak için doğru bir seçenek olmayacaktır. 16 Nisan 2024 tarihinde örnekleme dahil edilen gazetelerin birinci sayfaları ile internet haber sitelerinin ana sayfalarına ait görseller elde edilmiştir.

Örneklem dahilindeki tirajı en yüksek beş gazete ve bu gazetelerin internet siteleri incelenirken yapılacak karşılaştırmanın daha anlamlı olabilmesi için birtakım sınırlılıklar getirilmiştir. Bu sınırlılıklardan biri görsel bağlamı oluşturan ögeler çalışmaya dahil edilirken her iki haber mecrasında da yer alan ortak birimler kıstas olarak alınmıştır. Böylelikle çalışmaya ait tema- kod modeline metin, tipografi, fotoğraf ve renk dahil edilmiştir. Bir diğer sınırlılık ise her iki haber mecrasında da ilk sayfaların incelenmesidir. Çalışmanın temel amacına ulaşmasını destekleyen ikincil amaca varmak için incelenecek olan yabancı gazeteler ve internet haber sitelerinde iki adet sınırlılık belirlenmiştir. Bu sınırlılıklardan birisi gazetenin köklü bir tarihe sahip olması diğeri ise tasarım bağlamında belirgin bir karakter taşıyor olması olmuştur.

Amerika Birleşik Devletleri'nden ve Avrupa'dan örnekler alınarak yapılan inceleme ile çalışmaya daha uluslararası bir perspektif kazandıracaktır. Amerika Birleşik Devletlerinden The New York Times ve The Boston Globe gazeteleri inceleme dahiline alınmıştır. Seçilen gazetelerin üçü de Society For News Design (https://snd.org/, Erişim Tarihi: 16/04/ 2024) tarafından en iyi tasarımına sahip gazeteler olarak seçilmişlerdir. İlk sayısı 18 Eylül 1851 yılında yayınlanmaya başlayan The New York Times, Society For News Design tarafından en fazla ödüle layık görülen gazetedir. 4 Mart 1872 yılında çıkarılmaya başlanan The Boston Globe, 2011 yılında geniş kapsamlı bir yeniden tasarım sürecine girerek, duyarlı tasarım ilkelerini benimseyen ilk büyük gazetedir. Tasarımıyla Society For News Design tarafından birçok ödüle layık görülmüştür. Avrupa haber medyasından ise El País gazetesi incelemeye alınmıştır. İlk sayısı 4 Mayıs 1976'da yayınlanmaya başlayan İspanya'nın en yüksek tiraja sahip gazetesi olan El País (González Fernández, 2021, s. 439), Society For News Design (https://snd.org/) tarafından Avrupa'nın en iyi tasarımına sahip gazetesi seçilmiştir.

5.5. Araştırmanın Bulguları

Türkiye'deki gazetelerde dikey mizanpaj kullanılmaktadır. Ayrıca, vitrin sayfa düzeni kullandıkları da görülmektedir. Çalışmanın bulgularına 16 Nisan 2024 tarihinde erişilmiştir. Bulguların elde edileceği örneklemin belirlenmesindeki ana unsur tiraj sayıları olmuştur.

Sabah Gazetesi: 22 Nisan 1985 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur (Koçak, 1993, s. 14). Gazetenin ilk Genel Yayın Yönetmeni Rahmi Turan'dır. Gazete, birinci yılında yaklaşık dört yüz binin üzerinde okur kitlesine sahipken gazetenin yayın ekibi gazeteden ayrılmıştır. Bu ayrılış sürecinin profesyonel bir biçimde yönetilmesi sayesinde gazete, yayın anlayışını kaybetmeden yayın hayatını sürdürmüştür (Koçak, 1993, s. 14). 2000 yılında Ciner Grubu Başkanı Turgay Ciner ile yüzde 50 ortaklığa giden Dinç Bilgin daha sonra hisselerini Çukurova Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Emin Karamehmet ve MV Holding Kurucusu ve Onursal Başkanı Murat Vargı'ya devretmiştir. Dinç Bilgin, 2001 yılında gazeteye geri dönmüştür. Ancak gazete 2002 yılında Ciner Grubu Başkanı Turgay Ciner tarafından kiralanmıştır. Sabah gazetesi kurucularından Bilgin Grubu, kendisine ait bankası Etibank'a TMSF'nin el koyması sebebiyle yüksek miktarda bir borcun altına girmiştir ((Ereke Coşar, 2017, s. 84). 2003 yılında Etibank borçlarının tasfiyesi için TMSF ile Dinç Bilgin arasında imzalanan protokolün ardından Bilgin'in, gazeteden ayrıldığı bilinmektedir. 2007 yılında TMSF tarafından Çalık Holding'e satılan Sabah, bu satıştan bir yıl sonra ise Turkuvaz Medya Grubu bünyesine katılmıştır. Sabah gazetesi, gazete formatının internet ortamına taşınmasıyla beraber 1997 yılında internet üzerinden yayınlanmaya başlamıştır. Gazetenin internet sitesi teknolojik gelişmelerle birlikte yaşanan dijital dönüşüm sürecine ayak uydurarak varlığını sürdürmektedir. Kurulduğu 1985 yılından günümüzde hala etkili ve tirajı yüksek bir gazete olarak yayın yapmaktadır. Logosunda bulunan "Türkiye'nin en iyi gazetesi" sloganıyla yayın hayatına devam etmektedir.

Türkiye Gazetesi: İhlas Holding'in kurucusu Dr. Enver Ören tarafından 22 Nisan 1970 yılında Hakikat ismi ile kurulan gazetenin adı, 30 Nisan 1972'de Türkiye olarak değiştirilmiştir. O tarihten günümüze de Türkiye gazetesi olarak yayın hayatını sürdürmeye devam etmektedir. 26 Kasım 2004 tarihinden günümüze turkiyegazetesi.com.tr internet adresiyle çevrimiçi ortamda da yayınlanmaya devam etmektedir (İhlas Gazetecilik, 2024).

Hürriyet Gazetesi: 1 Mayıs 1948'de çıkmaya başlayan Hürriyet gazetesi yayınlandığı dönem içerisinde çığır açan bir gazete olmuştur (Topuz, 1973, s.173). Hürriyet'in, Türk yazılı basınında biçim ve içerikte anlamında oldukça fazla yenilik getirdiği bilinmektedir (Özkır, 2013, 48). Sedat Simavi tarafından kurulan gazetenin ilk yayın yönetmenliği Samih Tiryakioğlu üstlenmiştir (Topuz, 1973, s.174). Sedat Simavi'nin ölümünün ardından gazetenin yönetimine oğulları Haldun Simavi ve Erol Simavi geçmiştir (Bulut, 2007, 1). Haldun Simavi'nin gazetenin yönetiminden ayrılmasıyla birlikte gazete tamamen Erol Simavi'nin yönetimine geçtiği bilinmektedir. 1994 yılında Doğan Yayın Holding, gazetenin yüzde 70 hissesini satın almıştır. 24 yıl Doğan Yayın Holding yönetiminde kalan gazete 22 Mart 2018 yılında Demirören Holding tarafından satın alınmıştır. Hürriyet gazetesi yayınlandığı tarihten günümüze dijitalleşmeye hızla uyum sağlamıştır. 1973 yılında ofset baskı sistemine geçen Hürriyet, Türkiye'de modern baskı tekniklerini kullanarak yayınlanan ilk gazetedir (Özkır, 2013, s. 49). Hürriyet gazetesinin internet sitesi hurriyet.com.tr ise 16 Nisan 2001 tarihinde yayına başlamıştır. 1948 yılında tarafsızlık ve bağımsızlık ilkesiyle (Topuz, 1973, s. 174) çıkan Hürriyet, "Türkiye Türklerindir" sloganıyla yayın hayatına devam etmektedir.

Sözcü Gazetesi: Doğan Yayın Holding bünyesinde yayın yapan Gözcü gazetesinin kapanmasından sonra, isim haklarının alınmasıyla 27 Haziran 2007 tarihinde İstanbul'da yayın hayatına başlamıştır. Sözcü gazetesi yayın hayatına başladığı ilk günlerde 60.000 adet satmıştır (Sözcü, 2024). Sözcü gazetesinin internet sitesi www.sozcu.com.tr 2007 yılından beri aktif olarak kullanılmaktadır. Gazetenin sloganı "#Sözcü susarsa Türkiye susar" olarak gazetenin logosunda bulunmaktadır.

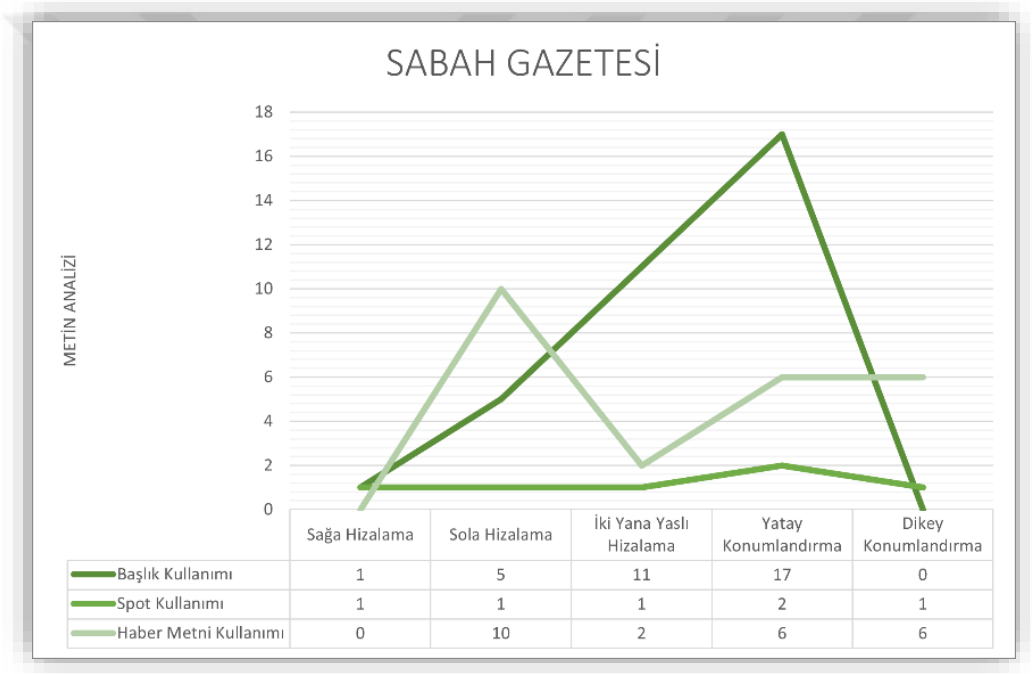
Akşam Gazetesi: 20 Eylül 1918 tarihinde Necmettin Sadak, Kazım Şinasi Dersan, Falih Rıfkı Atay ve Ali Naci Karacan tarafından kurulmuştur (Türk Medya, 2024). İlk sayısı küçük boy ve tek yapraklı olarak çıkartılmıştır (Gönenç, 2010, s.295). Gazete, 1957 yılında Malik Yolaç tarafından satın alındıktan sonra, 1971'den itibaren birkaç defa el değiştirmiş ve daha sonra TÜRK-İŞ yönetimine geçmiştir (Gaste Arşivi, y.y.).

> "Sürekli el değiştiren ve okuyucusuz kalan Akşam, bir süre bayilere dağıtılmadan, yalnızca resmi ilan alan bir gazete olarak yayınlanmıştır. Gazete, 8 Ocak 1982 tarihinde Tercüman gazetesine satılmış ve yayın hayatına ara vermiştir. Akşam gazetesi 14 Eylül 1994 tarihinde "Babıali'de Akşam" adıyla Mehmet Ali Ilıcak tarafından yeniden çıkarılmıştır. 1997 yılında okuyucuların tamamladığı kuponların

karşılığında verilmesi gereken televizyonları veremeyen gazete, Çukurova Grubu'na satılmıştır" (Kavaklı, 2005).

21 Kasım 2013 tarihinde Sancak Medya Grubuna satılmış, ardından da 2017 yılında Türk Medya Yayın Grubu tarafından satın alınmıştır. "Türkiye'nin Gazetesi" sloganıyla yayın hayatını sürdüren Akşam gazetesi, 15 Eylül 1997 tarihinde internet üzerinden de yayıncılığa başlamıştır. Bu tarihten itibaren Akşam, okurlarına geleneksel gazetenin yanında internet sitesinden de hizmet vermektedir.

5.5.1. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Metin Bağlamında İncelenmesi



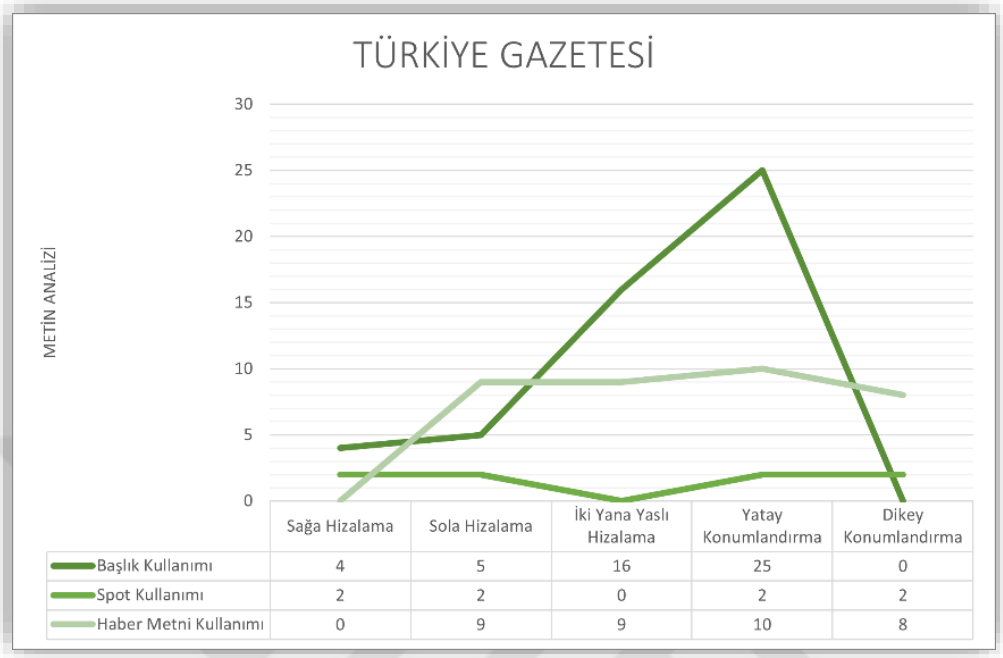
	Sağa Hizalama	Sola Hizalama	İki Yana Yaslı Hizalama	Yatay Konumlandırma	Dikey Konumlandırma
Başlık Kullanımı	1	5	11	17	0
Spot Kullanımı	1	1	1	2	1
Haber Metni Kullanımı	0	10	2	6	6

Grafik 1: Sabah Gazetesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sabah gazetesinin sayfa boyutu 56 cm x 33 cm'dir. Gazetenin logosunun sol üst ortada konumlandırıldığı ilk sayfada 17 adet haber bulunmaktadır. Gazetenin metin kullanımı bağlamında değerlendirildiği Grafik 1'de görülmektedir ki başlık kullanımında iki yana yaslı hizalama yapılarak başlıklar yatay olarak kullanılmaktadır. Yapılan incelemede gazetenin ilk sayfasında sabit bir spot yazım tarzı olmadığı dikkat çekmektedir. Haber

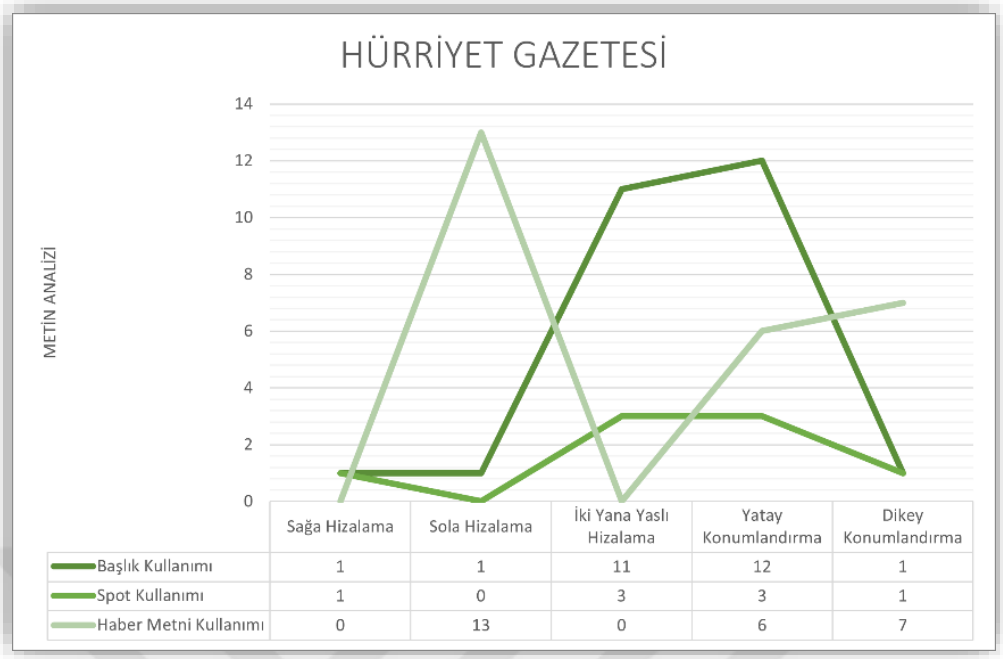
metninde ise sola hizalı olarak kullanılırken haberler hem yatay hem dikey biçimde konumlandırılmıştır.



Grafik 2: Türkiye Gazetesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

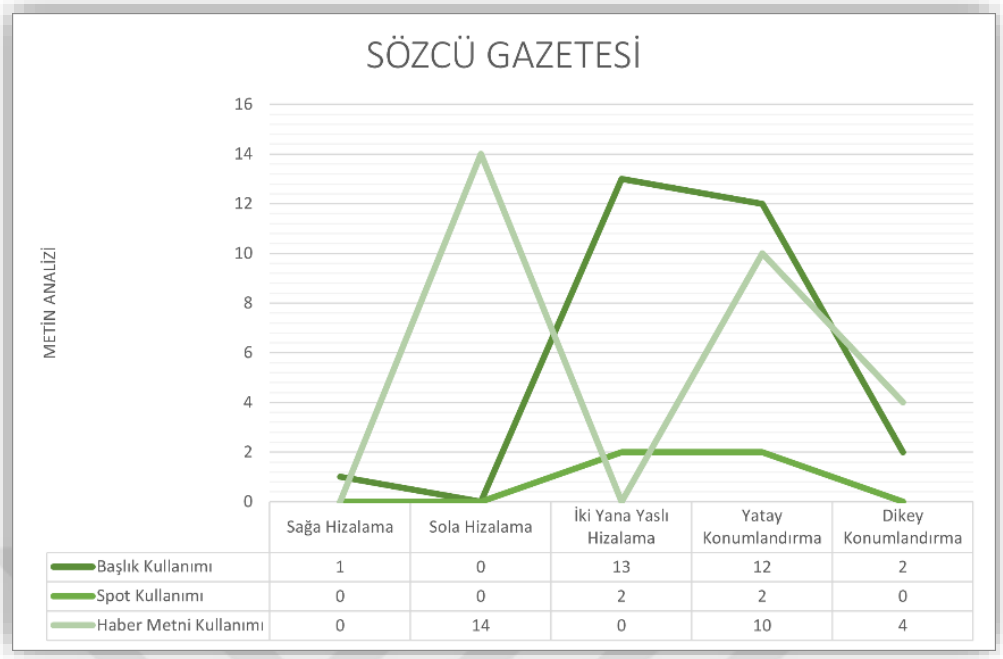
Türkiye gazetesinin sayfa boyutu 56 cm x 34 cm'dir. Gazetenin logosunun üst ortada konumlandırıldığı ilk sayfada 25 adet haber bulunmaktadır. Dokuz adet habere yalnızca haber başlığı ve haberin sayfa sayısıyla yer verilmiştir. Gazetenin metin kullanımı bağlamında değerlendirildiği Grafik 2'de görülmektedir ki metin kullanılırken başlık kullanımında iki yana yaslı hizalama çoğunlukla tercih edilmiş olsa da sola ve sağa hizalanan başlıklar da mevcuttur. Gazetenin ilk sayfasında sabit bir spot kullanım biçimi bulunmamaktadır. Gazetede kullanılan haber metinlerinde de yine benzer biçimde sabit bir kullanım biçimi gözlenmemektedir.



Grafik 3: Hürriyet Gazetesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

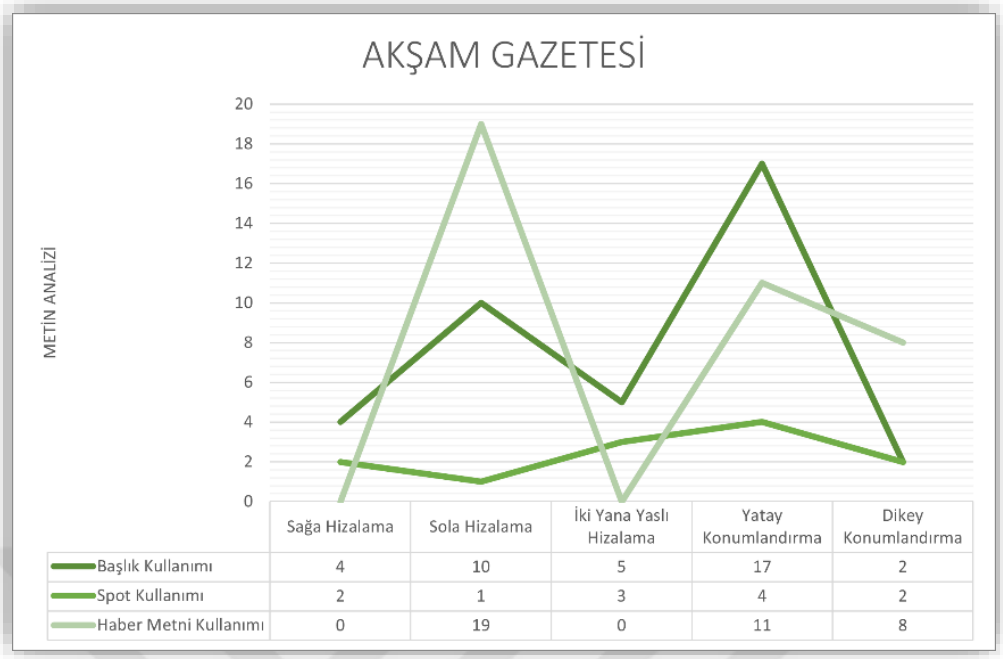
Hürriyet gazetesinin sayfa boyutu 56 cm x 33 cm'dir. Gazetenin logosu sol üst köşeye yerleştirilmiştir. Gazetenin ilk sayfasında 13 adet haber bulunmaktadır. Gazete metin kullanımı bağlamında değerlendirildiğinde, başlık kullanımında iki yana yaslı hizalama büyük oranda tercih ediliyor olsa da diğer hizalama biçimlerine de yer verildiği görülmektedir. Gazetenin ilk sayfasında sabit bir metin kullanım biçimi bulunduğunu söylemek mümkündür. Haber metinleri sola hizalanarak kullanılmaktadır. Bu haberlerin kimi yatay konumlandırılırken kimi de dikey konumlandırılmıştır.



Grafik 4: Sözcü Gazetesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sözcü gazetesinin sayfa boyutu 57 cm x 33 cm'dir. Gazetenin logosunun sol üst ortada konumlandırıldığı ilk sayfada, 15 adet haber bulunmaktadır. Gazetenin metin kullanımı bağlamında değerlendirildiği Grafik 4'te görülmektedir ki gazete başlık kullanımında iki yana yaslı olarak ve yatay konumlandırma büyük çoğunlukla tercih edilmektedir. Gazetede spot kullanımı oldukça az bulunmaktadır. Bu az sayıdaki spot iki yana yaslı ve yatay konumlandırma ile kullanılmıştır. Haber metinlerinde tüm metinler sola hizalanarak kullanılmıştır.

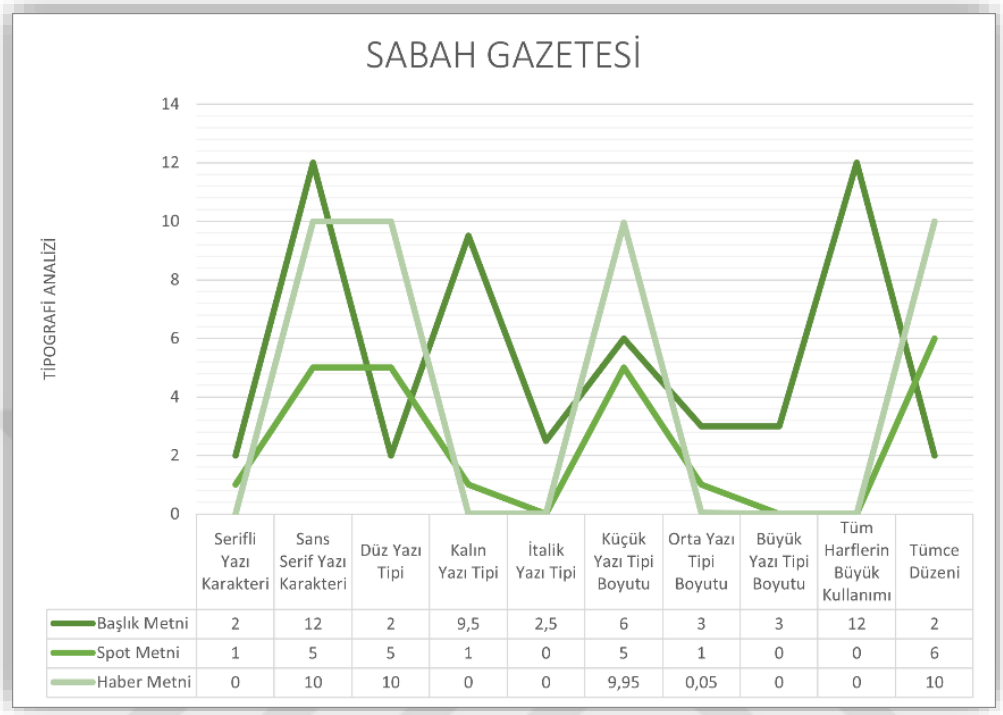


Grafik 5: Akşam Gazetesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Akşam gazetesinin sayfa boyutu 56 cm x 33 cm'dir. Gazetenin logosunun sol üst ortada konumlandırıldığı ilk sayfada, 19 adet haber bulunmaktadır. Metin kullanımı bağlamında değerlendirilen gazetede başlık kullanımı için hem hizalama hem de konumlandırma standardı bulunmamaktadır. Benzer şekilde spot kullanımında da farklı kullanımlar mevcuttur. Yalnızca haber metni kullanımında sola hizalama tüm haberlerde uygulanmıştır. Ancak haber metinlerinde de farklı haber konumlandırma biçimleri tercih edilmiştir.

5.5.2. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Tipografi Bağlamında İncelenmesi

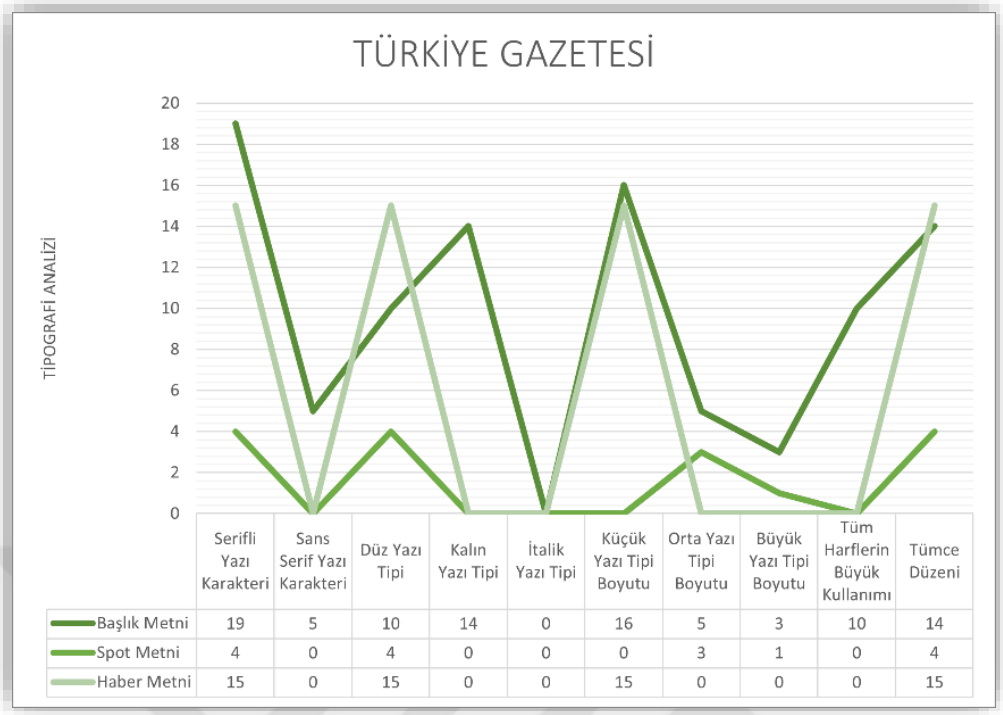


	Serifli Yazı Karakteri	Sans Serif Yazı Karakteri	Düz Yazı Tipi	Kalın Yazı Tipi	İtalik Yazı Tipi	Küçük Yazı Tipi Boyutu	Orta Yazı Tipi Boyutu	Büyük Yazı Tipi Boyutu	Tüm Harflerin Büyük Kullanımı	Tümce Düzeni
Başlık Metni	2	12	2	9,5	2,5	6	3	3	12	2
Spot Metni	1	5	5	1	0	5	1	0	0	6
Haber Metni	0	10	10	0	0	9,95	0,05	0	0	10

Grafik 6: Sabah Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sabah gazetesi tipografik bağlamda değerlendirildiğinde, başlıklarda kullanılan yazı karakterlerinde, yazı tipinde ve yazı tipi boyutunda bir standart tespit edilememiştir. Spot metinlerine bakıldığında ise yazı karakteri kullanımında belirli bir kullanım biçimi ve yazı tipi bulunmamasına karşın tüm spotlar tümce düzeni ile kullanılmıştır. Tüm haber metinlerinde sans serifli yazı karakteri küçük boyutlu yazı tipi boyutuyla tümce düzeni içerisinde kullanılmıştır.

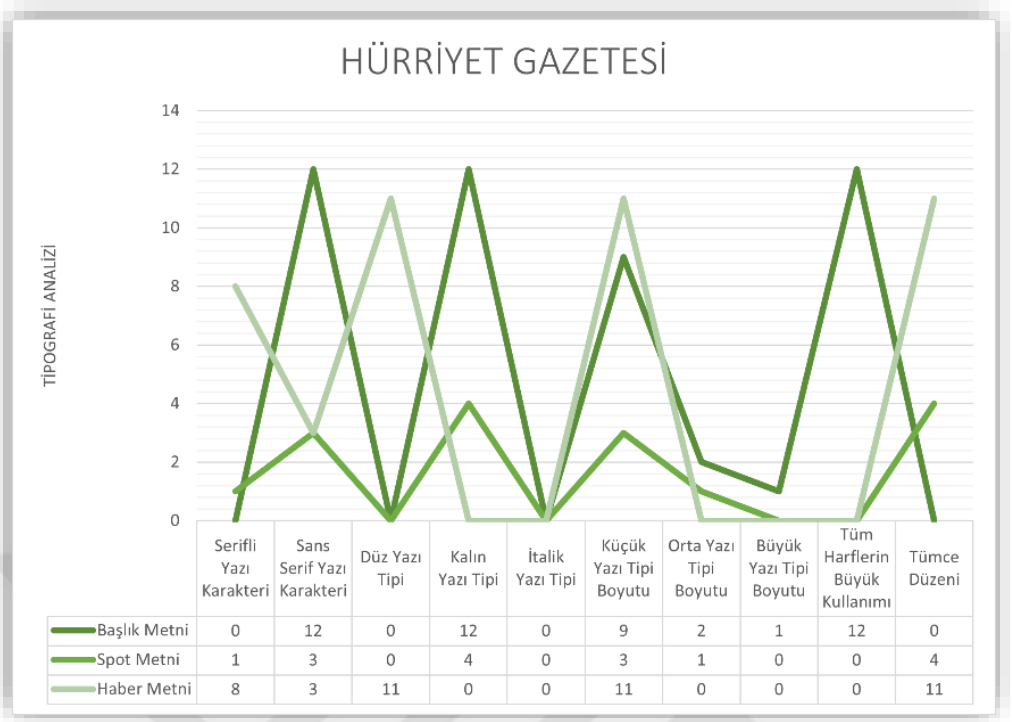


	Serifli Yazı Karakteri	Sans Serif Yazı Karakteri	Düz Yazı Tipi	Kalın Yazı Tipi	İtalik Yazı Tipi	Küçük Yazı Tipi Boyutu	Orta Yazı Tipi Boyutu	Büyük Yazı Tipi Boyutu	Tüm Harflerin Büyük Kullanımı	Tümce Düzeni
Başlık Metni	19	5	10	14	0	16	5	3	10	14
Spot Metni	4	0	4	0	0	0	3	1	0	4
Haber Metni	15	0	15	0	0	15	0	0	0	15

Grafik 7: Türkiye Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 7'de Türkiye gazetesine ait tipografi analizi görülmektedir. Haber başlıklarındaki yazı karakterlerinde, farklılıklar bulunmaktadır. Manşet haberi dahil beş haberin haber başlığı, tamamen büyük harflerden oluşan sans serifli yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır. Beş haberin başlığında tamamı büyük harflerden oluşan serifli yazı karakteri kullanılmıştır. 11 haberin başlığı büyük harf-küçük harf yazım kurallarına göre serifli yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır. Haber başlıklarında düz yazı tipine yer verildiği gibi kalın yazı karakterine de yer verilmiştir. Ayrıca başlık metinlerinde yazı tipi boyutu da farklılık göstermektedir. Bu incelemeden hareketle Türkiye gazetesinde bulunan haber başlıklarında tipografi bağlamında belirgin bir kullanım olmadığını söylemek mümkündür. Haber spotlarına bakıldığında ise spotların tümünün serifli yazı karakteri kullanılarak düz yazı tipine sahip olduğu ve tümce düzeni içerisinde yer verildiği görülmektedir. Türkiye gazetesi haber metinlerinin tümünde aynı serifli, düz yazı karakteri, küçük yazı tipi boyutuyla tümce düzeni içerisinde kullanılmıştır.

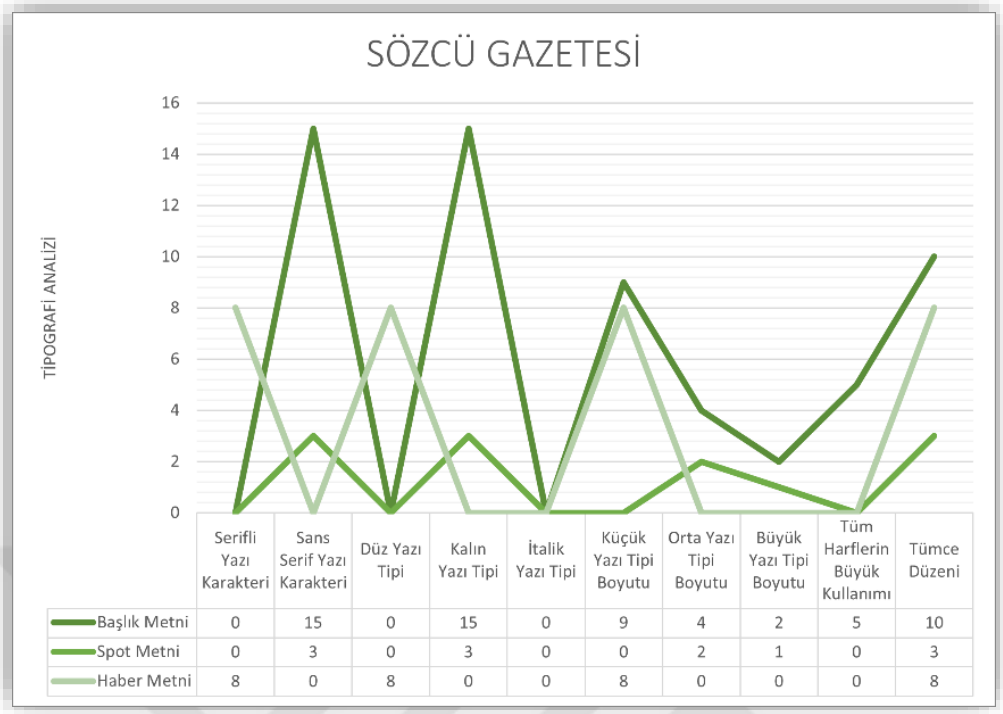


	Serifli Yazı Karakteri	Sans Serif Yazı Karakteri	Düz Yazı Tipi	Kalın Yazı Tipi	İtalik Yazı Tipi	Küçük Yazı Tipi Boyutu	Orta Yazı Tipi Boyutu	Büyük Yazı Tipi Boyutu	Tüm Harflerin Büyük Kullanımı	Tümce Düzeni
Başlık Metni	0	12	0	12	0	9	2	1	12	0
Spot Metni	1	3	0	4	0	3	1	0	0	4
Haber Metni	8	3	11	0	0	11	0	0	0	11

Grafik 8: Hürriyet Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hürriyet gazetesi tipografik bağlamda değerlendirildiğinde, tüm haber başlıklarının sans serif yazı karakteri kullanıldığı ve bu yazı karakterlerinin tüm harflerin büyük ve kalın yazı tipine sahip olduğu görülmektedir. Spot metninde hem serifli hem sans serif yazı karakteri kullanımı mevcuttur. Yazı tipi boyutunda da farklılıklar olduğu görülmektedir. Spot metinlerinde ortak olarak bulunan tipografik ögeler, kalın yazı tipinin tercih edilmesi ve tümce düzeni içerisinde yer veriliyor olmasıdır. Haber metninde kullanılan yazı karakterlerinde bir standart tespit edilememiştir. Haber metinlerinde ortak olarak bulunan tipografik ögeler düz yazı tipinin tercih edilmesi, küçük yazı tipi boyutu tercih edilmesi ve tümce düzeni içerisinde yer veriliyor olmasıdır.

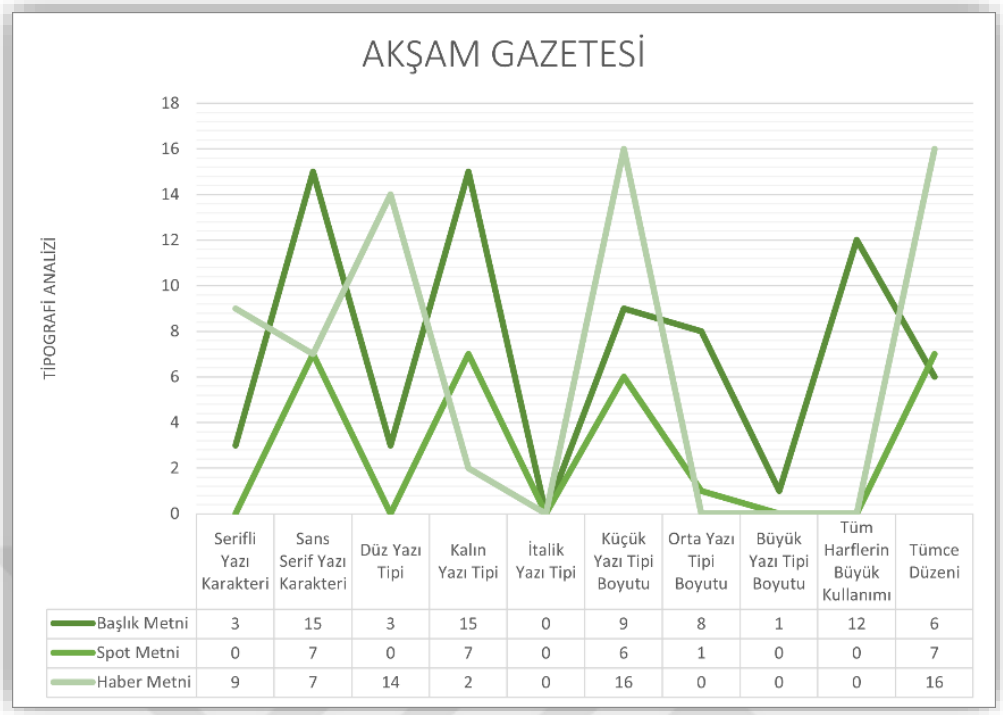


	Serifli Yazı Karakteri	Sans Serif Yazı Karakteri	Düz Yazı Tipi	Kalın Yazı Tipi	İtalik Yazı Tipi	Küçük Yazı Tipi Boyutu	Orta Yazı Tipi Boyutu	Büyük Yazı Tipi Boyutu	Tüm Harflerin Büyük Kullanımı	Tümce Düzeni
Başlık Metni	0	15	0	15	0	9	4	2	5	10
Spot Metni	0	3	0	3	0	0	2	1	0	3
Haber Metni	8	0	8	0	0	8	0	0	0	8

Grafik 9: Sözcü Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sözcü gazetesinin ilk sayfası tipografik bağlamda değerlendirildiğinde haber başlıklarının tümünün sans serif yazı karakteri, kalın yazı tipi ile yazılmasıdır. Yazı tipi boyutu kullanımı başlıklarda değişkenlik göstermektedir. Harf kullanımda da standart bir kullanım bulunmamaktadır. Tüm spot metinleri sans serifli yazı karakteri ile kalın yazı tipi kullanılarak tümce düzeni içerisinde yazılmıştır. Haber metinlerinin tümü serifli ve düz yazı karakteri kullanılarak küçük yazı tipi boyutu ile tümce düzeni içerisinde kullanılmıştır.



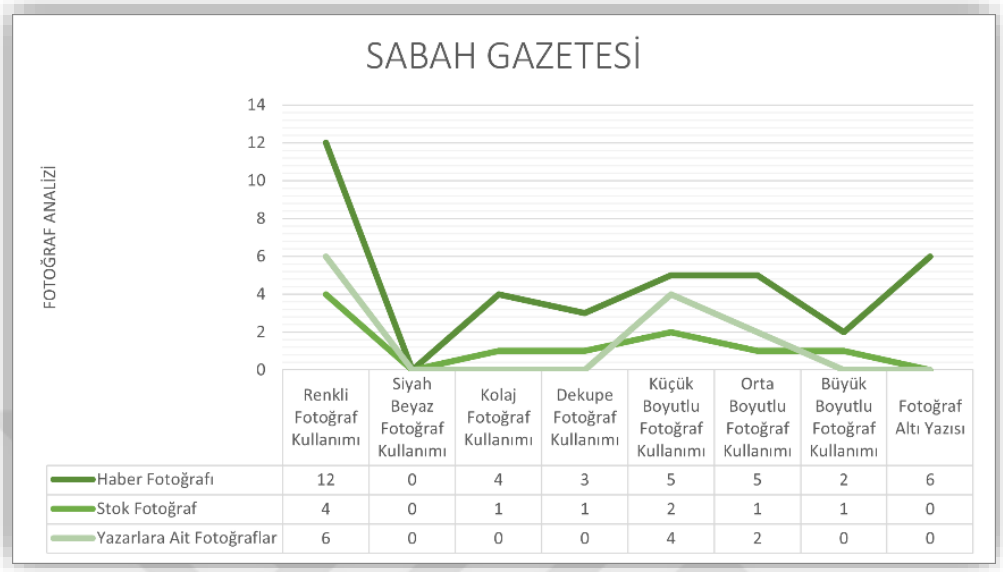
	Serifli Yazı Karakteri	Sans Serif Yazı Karakteri	Düz Yazı Tipi	Kalın Yazı Tipi	İtalik Yazı Tipi	Küçük Yazı Tipi Boyutu	Orta Yazı Tipi Boyutu	Büyük Yazı Tipi Boyutu	Tüm Harflerin Büyük Kullanımı	Tümce Düzeni
Başlık Metni	3	15	3	15	0	9	8	1	12	6
Spot Metni	0	7	0	7	0	6	1	0	0	7
Haber Metni	9	7	14	2	0	16	0	0	0	16

Grafik 10: Akşam Gazetesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Akşam gazetesinin başlıklarının tipografik yapısı incelendiğinde, üç haberin başlığında serifli yazı karakteri kullanılırken kalan haberlerin başlıklarında sans serif yazı karakteri tercih edildiği görülmektedir. Bazı haberlerin başlıkları tamamen büyük harflerle yazılırken, bazıları tümce düzeni içerisinde yazılmıştır. Yazı tipi tercihinde hem kalın yazı tipi kullanımı görülürken hem de düz yazı tipi kullanımı görülmektedir. Başlıklardaki yazı tipi boyutunda da farklı kullanımlar bulunmaktadır. Tüm bu verilerden hareketle haber başlıklarında tipografik bağlamda belirli bir kullanım biçiminin bulunmadığını söylenebilmektedir. Tüm spot metinleri, sans serifli yazı karakteri, kalın yazı tipi kullanılarak tümce düzeni ile yazılmıştır. Haber metinlerinde ise hem serifli hem de sans serif yazı karakteri kullanımı mevcuttur. Yazı tipi kullanımda da düz ve kalın yazı tipinin kullanıldığı görülmektedir. Yazı karakteri ve yazı tipi kullanımında belirli bir kullanım olmamasına karşın tüm haber metinlerinde küçük yazı tipi boyutu ve tümce düzeni bulunmaktadır.

5.5.3. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Fotoğraf Bağlamında İncelenmesi

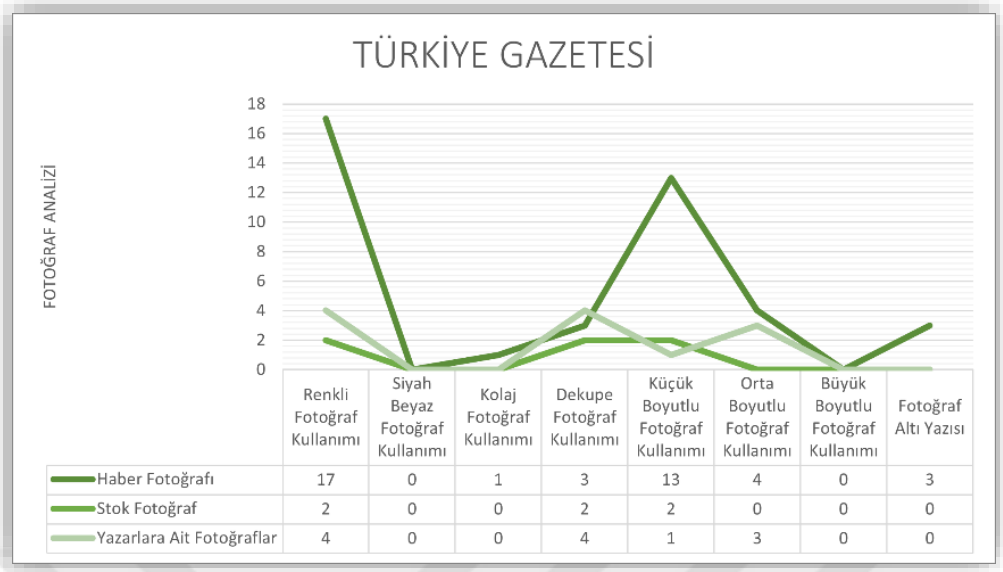


	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	12	0	4	3	5	5	2	6
Stok Fotoğraf	4	0	1	1	2	1	1	0
Yazarlara Ait Fotoğraflar	6	0	0	0	4	2	0	0

Grafik 11: Sabah Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 11'de Sabah gazetesinde kullanılan 22 fotoğrafın farklı kategorilerdeki analizini görülmektedir. Bu fotoğrafların 16'sı haberlere ait fotoğraflarken haberlere ait bu fotoğrafların 4'ü stok fotoğraftan oluşmaktadır. Diğer fotoğraflar ise yazarlara ait fotoğraflardır. Sayfada bulunan tüm fotoğraflar renkli olarak kullanılmıştır. Haberlere ait fotoğraflardan 3'ü dekupe edilerek kullanılmış olup haber fotoğraflarının yarısında fotoğraf altı yazısının mevcut olduğu görülmektedir. Haber fotoğraflarında 4 kolaj kullanımının mevcut olduğu görülmektedir. Özellikle manşet haberinde kullanılan fotoğraflara uygulanan kolaj kullanımı bariz bir biçimde göze çarpmaktadır. Sayfada kullanılan fotoğrafların boyutu haber hiyerarşisi ile paralel olarak düzenlenmiştir. Manşet ve alt manşet haberinin fotoğrafları büyük olarak kullanılırken diğer haberlerde kullanılan fotoğraf boyutu orta ya da küçük olarak tercih edilmiştir. Stok fotoğraflarda ise yine büyük boy fotoğraf kullanımı bulunmaktadır. Ayrıca bu stok fotoğrafların bir kısmı kolaj olarak ve dekupe edilerek kullanılmıştır. Stok fotoğrafların hiçbirinde fotoğraf altı yazısı kullanılmamıştır. Yazarlara ait fotoğraflarda küçük boyutlu fotoğraf kullanımı daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

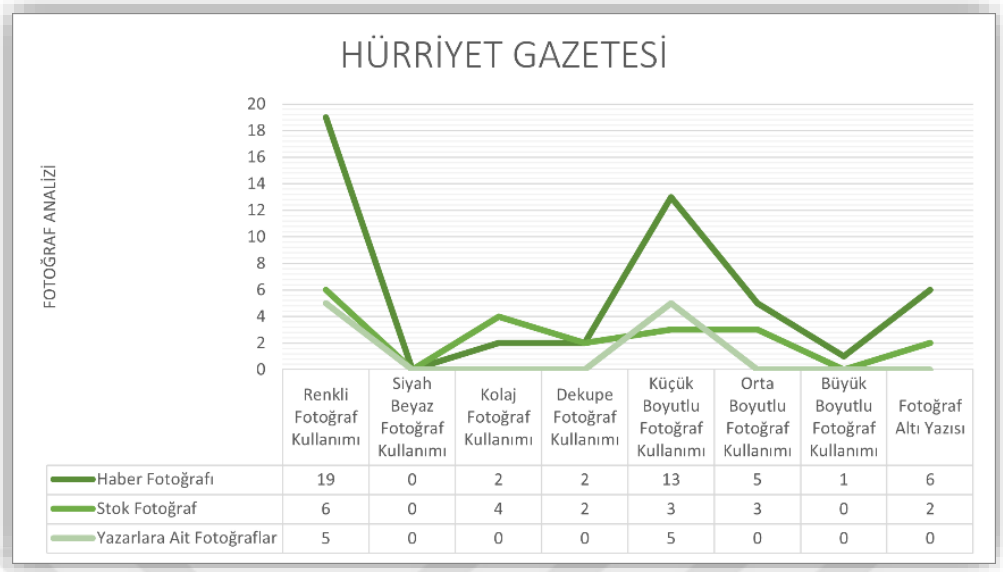


	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	17	0	1	3	13	4	0	3
Stok Fotoğraf	2	0	0	2	2	0	0	0
Yazarlara Ait Fotoğraflar	4	0	0	4	1	3	0	0

Grafik 12: Türkiye Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

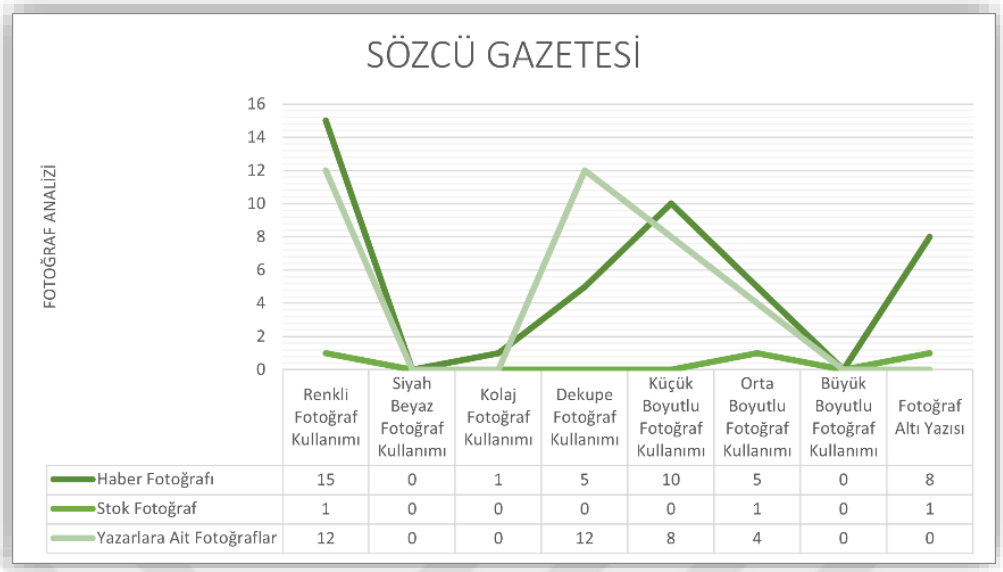
Türkiye gazetesinin birinci sayfasında kullanılan 23 adet fotoğrafın analizi Grafik 12'de görülmektedir. Sayfada kullanılan fotoğrafların tümü renkli olarak kullanılmıştır. 17 haber fotoğrafı içerisinde yalnızca 3 haber fotoğrafının fotoğraf altı yazısı bulunmaktadır. Fotoğraflar arasında yalnızca 1 kolaj bulunmaktadır. Haber fotoğrafları büyük oranda küçük boyutlu olarak kullanılmıştır. Gazetenin birinci sayfasında büyük boyutlu fotoğraf bulunmamaktadır. Bu haber fotoğraflarının 2'sini stok fotoğraflar oluşturmaktadır. Bu stok fotoğraflar küçük boyutlu ve dekupe olarak kullanılmıştır. Fotoğrafların 4'ü ise yazarlara ait fotoğraflardır. Yazarlara ait fotoğrafların tümü dekupe edilerek küçük boyutta kullanılmıştır. Benzer bir şekilde kullanılan stok fotoğraflar da dekupe edilerek küçük boyutta kullanılmıştır.



Grafik 13: Hürriyet Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hürriyet gazetesinin birinci sayfasında kullanılan 30 adet fotoğrafın analizi Grafik 13'te görülmektedir. Bu fotoğrafların 25'i haberlere ait fotoğraflarken haberlere ait bu fotoğrafların 6'sı stok fotoğraflardan oluşmaktadır. Yazarlara ait 5 fotoğraf bulunmaktadır. Sayfada kullanılan fotoğrafların tümü renkli olarak kullanılmıştır. Manşet ve alt manşet haberinin fotoğraflarında kolaj kullanımı tercih edilmiştir. Haber fotoğrafları arasında 1 büyük fotoğraf kullanımı görülmektedir. Bu kullanım alt manşet haberine aittir. Haber fotoğraflarında yüksek oranda küçük fotoğraf kullanımı mevcuttur. Haber fotoğrafları, 2 dekupe edilmiş fotoğraf ve 6 fotoğraf altı yazısı ile desteklenmektedir. Ancak kullanılan fotoğraf miktarına göre fotoğraflarda kullanılan fotoğraf altı yazısının miktarının oldukça az olduğu söylemek mümkündür. Stok fotoğraflarda kolaj kullanım miktarı yüksektir. Bu fotoğrafların yarısı küçük boyutlu geri kalan yarısı ile orta boyutlu fotoğraflardan oluşmaktadır. Yazarlara ait fotoğrafların tümü küçük boyutlu olarak kullanılmıştır.

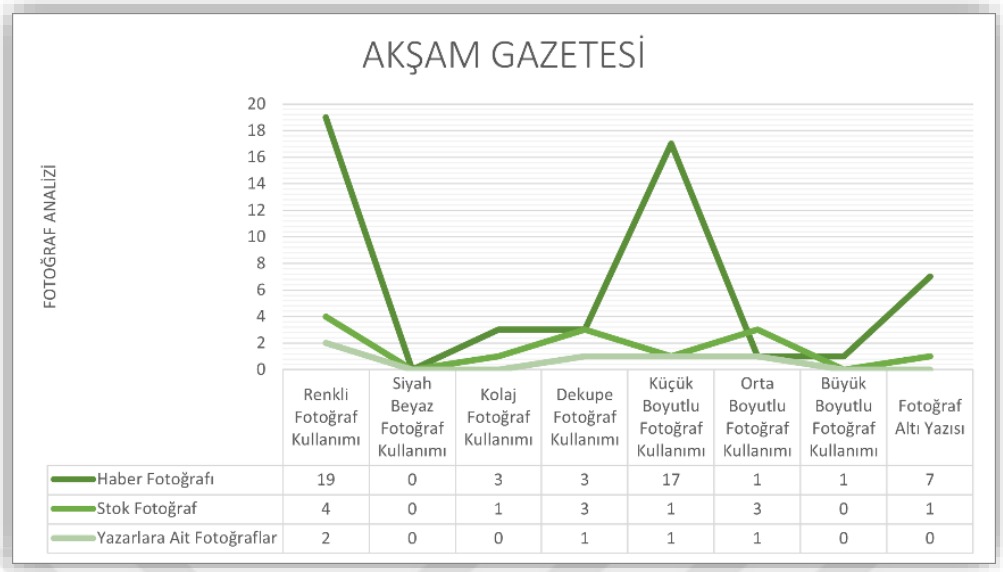


	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	15	0	1	5	10	5	0	8
Stok Fotoğraf	1	0	0	0	0	1	0	1
Yazarlara Ait Fotoğraflar	12	0	0	12	8	4	0	0

Grafik 14: Sözcü Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 14'te Sözcü gazetesinin birinci sayfasında kullanılan 28 fotoğrafın farklı kategorilerdeki analizini görülmektedir. Gazetedeki tüm fotoğraflar renkli olarak yer almaktadır. Bu fotoğrafların 12 tanesi yazarların fotoğraflarıdır ve hepsi dekupe edilmiş şekilde kullanılmıştır. Haber fotoğraflarında büyük boyutta fotoğraf kullanımı bulunmamaktadır. Fotoğraflar büyük oranda küçük boyutta tercih edilmiştir. Haber fotoğraflarından 8'i fotoğraf altı yazısıyla desteklenmektedir. Yalnızca 1 kolaj kullanımı mevcuttur. Haber fotoğraflarından beşi dekupe edilerek kullanılmıştır. Sayfada kullanılan stok fotoğraf orta boyutta tercih edilmiştir. Bu fotoğrafların fotoğraf altı yazısı bulunmaktadır. Yazarlara ait fotoğrafın tümünün dekupe edilerek kullanıldığı görülmektedir. Yazar fotoğraflarının 8'i küçük boyutta tercih edilirken 4'ü orta boyutta tercih edilmiştir.



	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	19	0	3	3	17	1	1	7
Stok Fotoğraf	4	0	1	3	1	3	0	1
Yazarlara Ait Fotoğraflar	2	0	0	1	1	1	0	0

Grafik 15: Akşam Gazetesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Akşam gazetesinin birinci sayfasında kullanılan 25 adet fotoğrafın analizi Grafik 15'te görülmektedir. Fotoğrafların hepsi renkli olarak kullanılmıştır. Bu fotoğrafların 23'ü haberlere ait fotoğraflarken ikisi yazarlara ait fotoğraflardır. Haberlere ait fotoğrafların 4'ü stok fotoğraftan oluşmaktadır. Haber fotoğrafları arasında 1 büyük boyutlu kullanım görülmektedir. Bu büyük boyutlu fotoğraf, alt manşet haberine aittir. Haber fotoğraflarının çoğu küçük boyutlu olarak kullanılmaktadır. Haber fotoğraflarında 3 kolaj kullanımı mevcuttur. Haber fotoğraflarının yalnızca 7'sinin fotoğraf altı yazısı bulunmaktadır. Stok fotoğraflara 3 dekupe edilmiş fotoğraf ile 1 fotoğraf altı yazısı ve 1 kolaj kullanımı eşlik etmektedir. Dekupe edilerek kullanılan bu 3 fotoğraf orta boyutlu olarak sayfaya yerleştirilmiştir. Yazarlara ait fotoğrafların ise 1'i dekupe edilip orta boyutta kullanılırken biri küçük boyutlu kullanılmıştır.

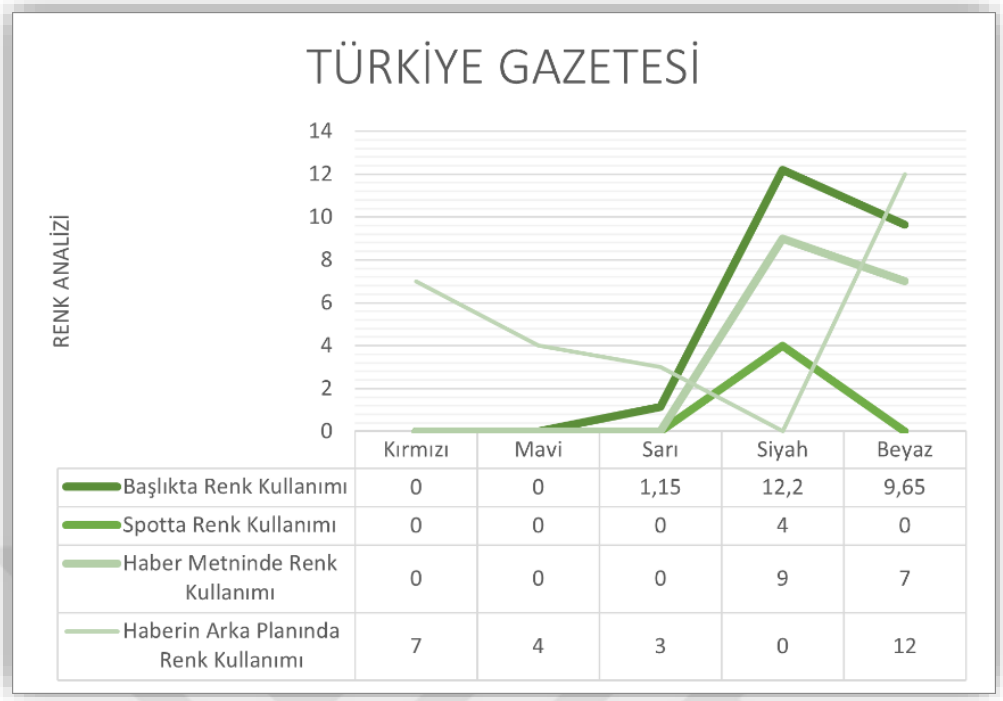
5.5.4. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Renk Bağlamında İncelenmesi

	Kırmızı	Mavi	Sarı	Siyah	Beyaz
Başlıkta Renk Kullanımı	0	0	0,5	5	10,5
Spotta Renk Kullanımı	0	0	0,33	2	0,67
Haber Metninde Renk Kullanımı	0	0	0	8	2
Haberin Arka Planında Renk Kullanımı	6	2	2	1	4

Grafik 16: Sabah Gazetesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 16'da Sabah gazetesinin birinci sayfasına ait renk kullanımının analizi görülmektedir. Gazetede, özellikle siyah ve beyaz renklerinin baskın biçimde kullanıldığını görülmektedir. Siyah, renk özellikle haber metinlerinde tercih edilirken beyaz renk ise haber başlıklarında daha fazla tercih edilmektedir. Siyah ve beyaz renkler, özellikle başlıklar ve haber metinlerinde baskın olarak kullanılırken, kırmızı renk arka plan rengi olarak tercih edilmektedir. Gazetede sarı renk ise çok az miktarda yer alırken, mavi renk arka plan haricinde kullanılmamıştır.

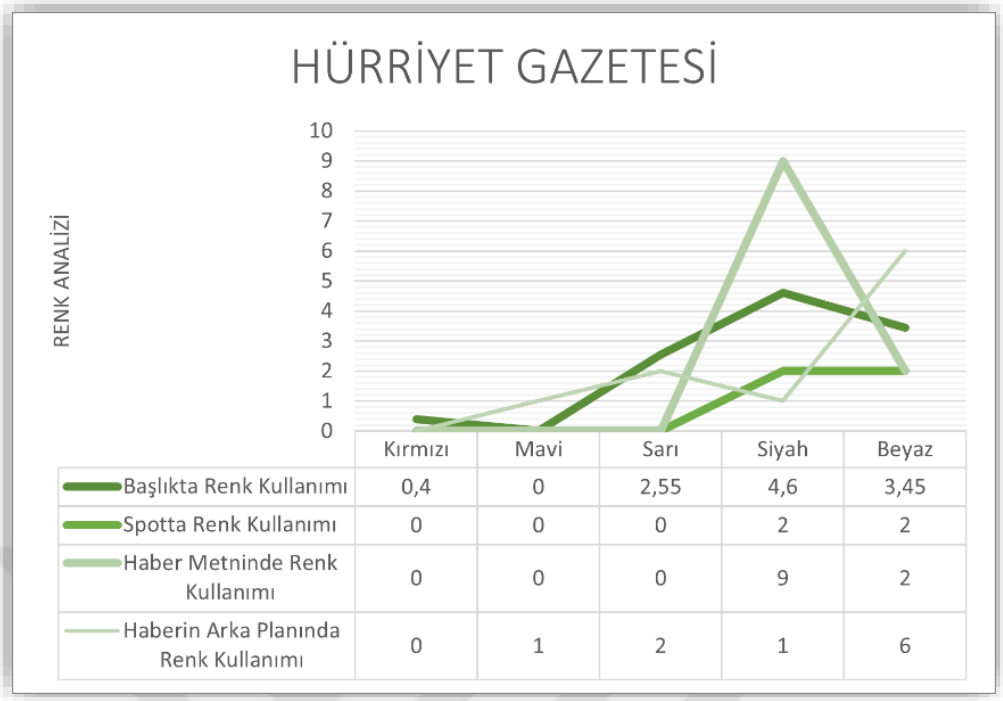


	Kırmızı	Mavi	Sarı	Siyah	Beyaz
Başlıkta Renk Kullanımı	0	0	1,15	12,2	9,65
Spotta Renk Kullanımı	0	0	0	4	0
Haber Metninde Renk Kullanımı	0	0	0	9	7
Haberin Arka Planında Renk Kullanımı	7	4	3	0	12

Grafik 17: Türkiye Gazetesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 17'de Türkiye gazetesinin birinci sayfasına ait renk kullanımının analizi görülmektedir. Gazetenin başlıklarında ve haber metninde en fazla tercih edilen rengin siyah olduğu görülmektedir. Haberlerin arka planında ise beyaz renk daha fazla tercih edilirken beyaz rengi kırmızı renk takip etmektedir. Gazetede sarı renk çok az bir oranda yer alırken, mavi renk arka plan haricinde kullanılmamıştır. Kırmızı ve sarı renkler ise belirli alanlarda vurgulanarak dikkat çekici unsur olarak kullanılması amaçlanmıştır.



	Kırmızı	Mavi	Sarı	Siyah	Beyaz
Başlıkta Renk Kullanımı	0,4	0	2,55	4,6	3,45
Spotta Renk Kullanımı	0	0	0	2	2
Haber Metninde Renk Kullanımı	0	0	0	9	2
Haberin Arka Planında Renk Kullanımı	0	1	2	1	6

Grafik 18: Hürriyet Gazetesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

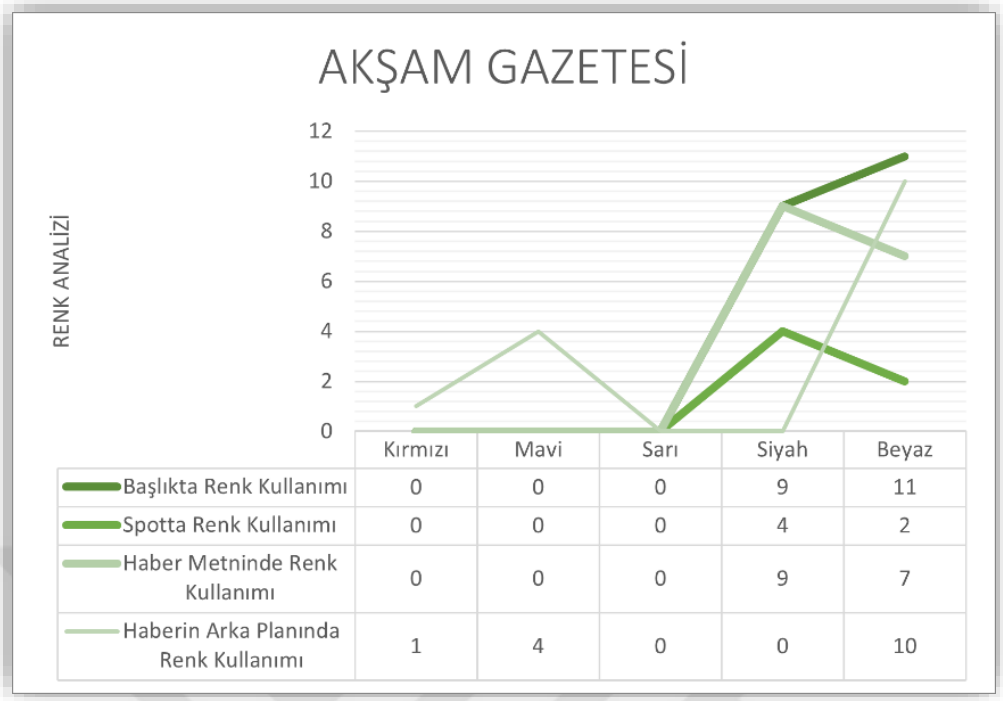
Grafik 18'de Hürriyet gazetesinin birinci sayfasına ait renk kullanımına ait analizi yer almaktadır. Gazetenin başlıklarında standart bir renk kullanımı bulunmadığı göze çarpmaktadır. Spotta siyah ve beyaz renk kullanımı tercih edilirken haber metinlerinde çoğunlukla siyah rengin tercih edildiği görülmektedir. Kırmızı renk çok düşük bir miktarda yalnızca başlıkta kullanılırken benzer bir biçimde mavi renk de yalnızca bir haberin arka planı olarak kullanılmıştır.

	Kırmızı	Mavi	Sarı	Siyah	Beyaz
Başlıkta Renk Kullanımı	0	0	1	10	3
Spotta Renk Kullanımı	0	0	0	0	3
Haber Metninde Renk Kullanımı	0	0	0	9	0
Haberin Arka Planında Renk Kullanımı	0	4	2	1	10

Grafik 19: Sözcü Gazetesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 19'de Sözcü gazetesinin birinci sayfasında kullanılan renklerin analizi yer almaktadır. Sözcü gazetesi başlıklarında en fazla siyah rengi tercih etmiştir. Spotta renk olarak yalnızca beyaz kullanılmıştır. Haber metinlerinde sadece siyah renk tercih edilmiştir. Haberlerin arka planlarında en fazla tercih edilen renk beyaz olsa da farklı renk kullanımları mevcuttur. Beyaz dışında en fazla kullanılan renk mavidir. Mavi, manşet haberinin arka plan rengi olarak tercih edilmiştir. Böylece haberin dikkat çekiciliği arttırılmıştır. Ayrıca sarı da yine arka plan olarak kullanılan başka bir renktir.



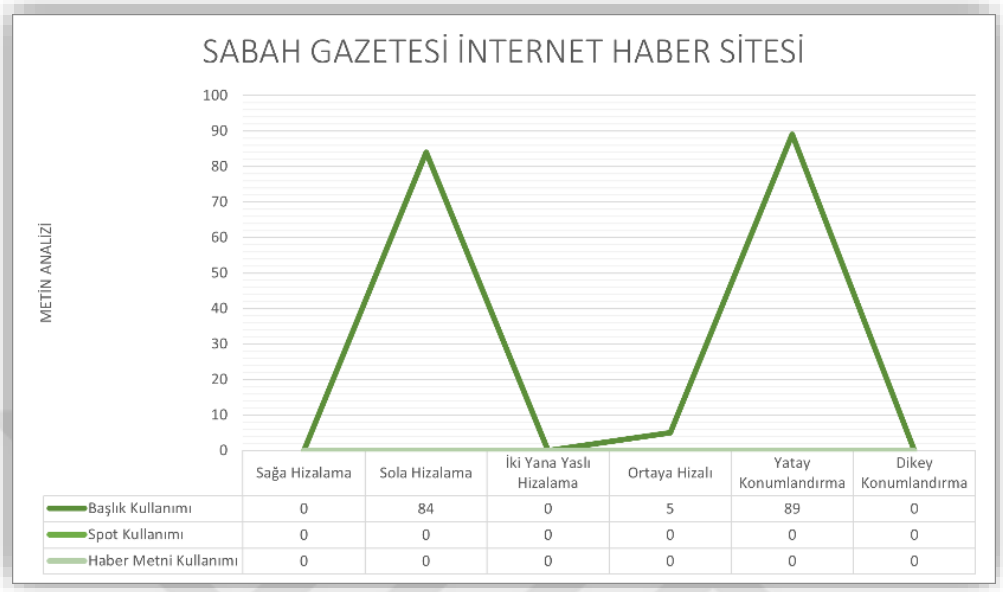
	Kırmızı	Mavi	Sarı	Siyah	Beyaz
Başlıkta Renk Kullanımı	0	0	0	9	11
Spotta Renk Kullanımı	0	0	0	4	2
Haber Metninde Renk Kullanımı	0	0	0	9	7
Haberin Arka Planında Renk Kullanımı	1	4	0	0	10

Grafik 20: Akşam Gazetesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 20'de Akşam gazetesinin birinci sayfasında kullanılan renklerin analizi bulunmaktadır. Gazetede, özellikle siyah ve beyaz renklerinin baskın biçimde kullanıldığını görülmektedir. Gazetenin başlıklarında, spotunda ve haber metinlerinde kırmızı, mavi ve sarı renklere yer verilmemiştir. Haber başlıklarında beyaz renk daha fazla tercih edilirken spotta ve haber metninde siyah renk daha fazla tercih edilmiştir. Haberlerin arka planlarında mavi ve kırmızı renk kullanılmıştır ancak beyaz renk kullanımı daha fazladır. İncelenen gazetede sarı renk ise hiç kullanılmamıştır.

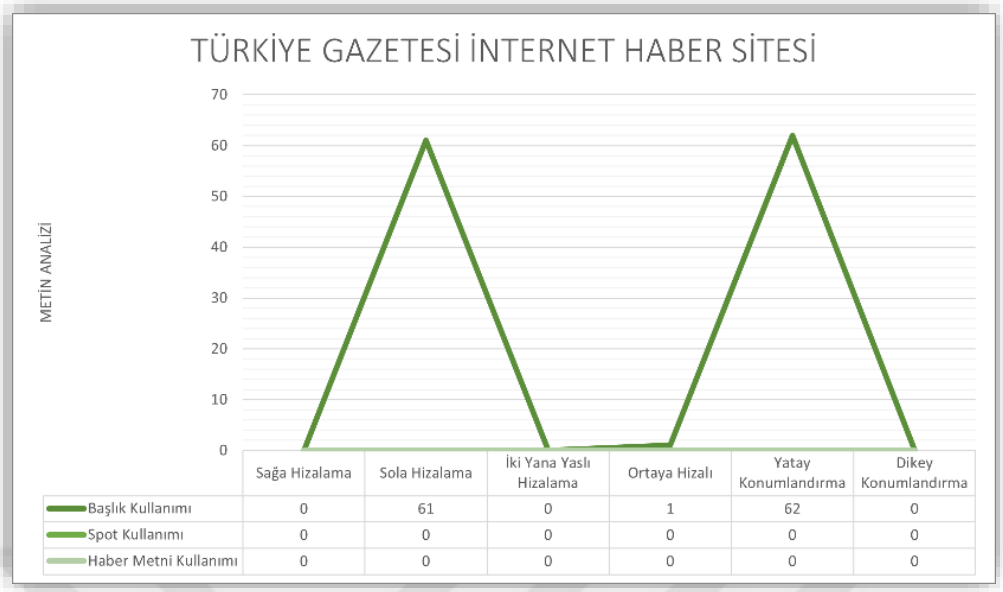
5.5.5. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Metin Ögesi Bağlamında İncelenmesi



Grafik 21: Sabah Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

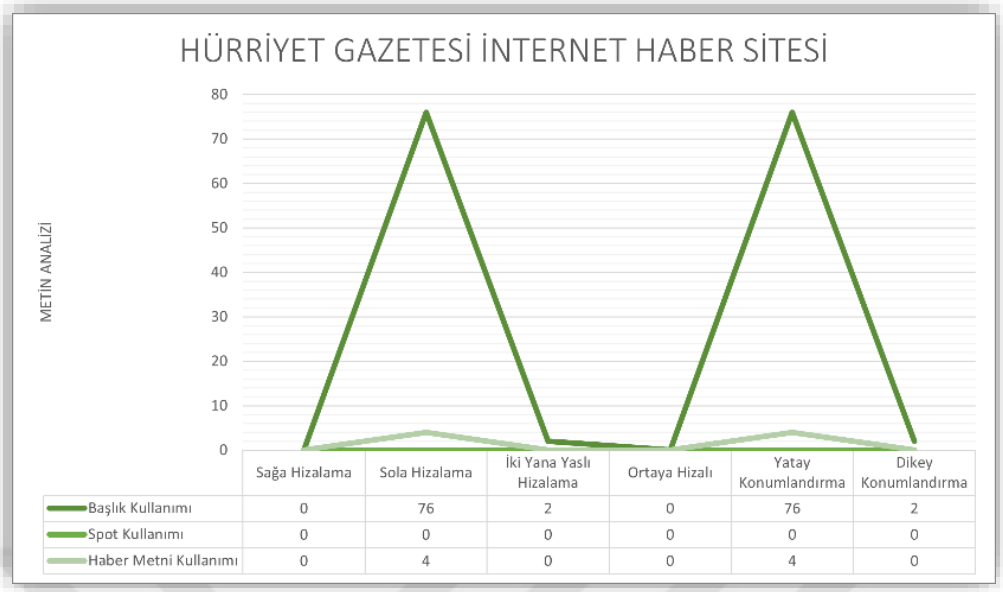
Sabah gazetesi internet haber sitesinde, Sabah logosunun sol üstte bulunduğu internet haber sitesinde logonun yanında yatay biçimde hizalanmış, farklı haber kategorilerine ait menüler bulunmaktadır. Bu menülerin üstünde, yayın kuruluşuna ait diğer internet sitelerinin ikonlu bağlantıları bulunmaktadır. Menü ile manşetin ortasında kalan alanda hava durumu, ezan saati, borsa bilgileri gibi güncel bilgilerin yer aldığı bileşenler bulunmaktadır. Bu internet haber sitesinin ana sayfasında 89 adet habere yer verilmiştir. Grafik 21'de bu haberlerin görünümüne ilişkin analiz bulunmaktadır. Bu 89 adet haberin hiçbirine ait haber metninin, internet haber sitesinin ana sayfasında bulunmadığı görülmektedir. Yalnızca haberlere ait başlıklar kullanılmış ve bu başlıklar fotoğraflar ile birlikte konumlandırılmıştır. Haberlerin başlıkları büyük çoğunlukla sola hizalanmıştır. Bu başlıkların hepsi yatay biçimde sayfada yer almaktadır.



Grafik 22: Türkiye Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

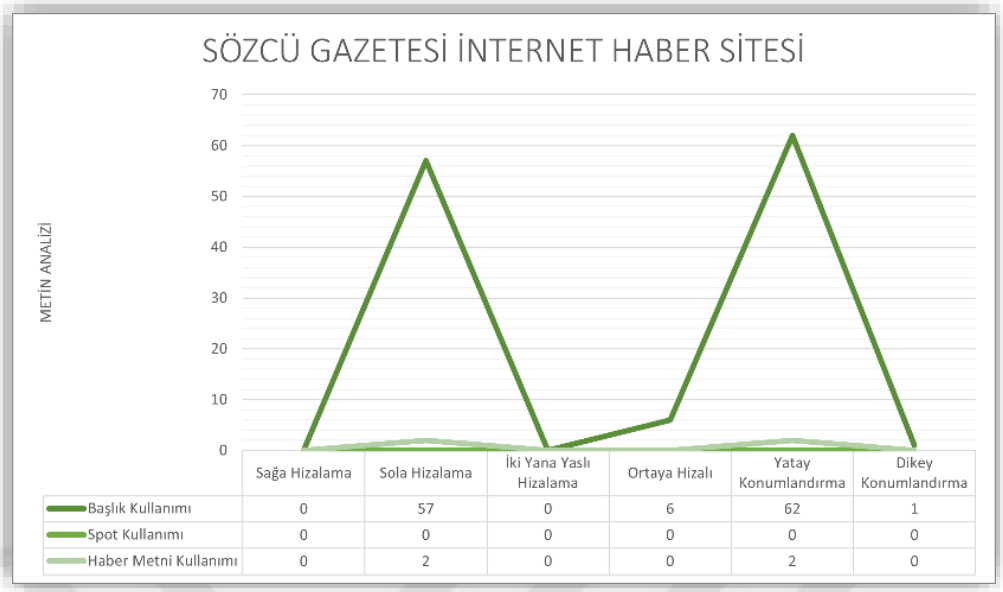
Türkiye logosunun sol üstte bulunduğu internet haber sitesinde logonun yanında yatay bir hizayla sıralanmış farklı haber kategorilerine ait menüler bulunmaktadır. Bu alanın hemen altında manşet haberi yer almaktadır. Bu internet sitesinin ana sayfasında 62 adet haber yer almakta ancak haberlerin hiçbirinde haber metni bulunmamaktadır. Grafik 22'de bu haberlere ilişkin analiz bulunmaktadır. Haberlerin yalnızca biri başlığı ortaya hizalı olarak kullanılmıştır. Geri kalan tüm haberler sola hizalı olarak kullanılmıştır. Haberlerin hiçbirinde haber metni veya spot metni yer almamıştır.



Grafik 23: Hürriyet Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

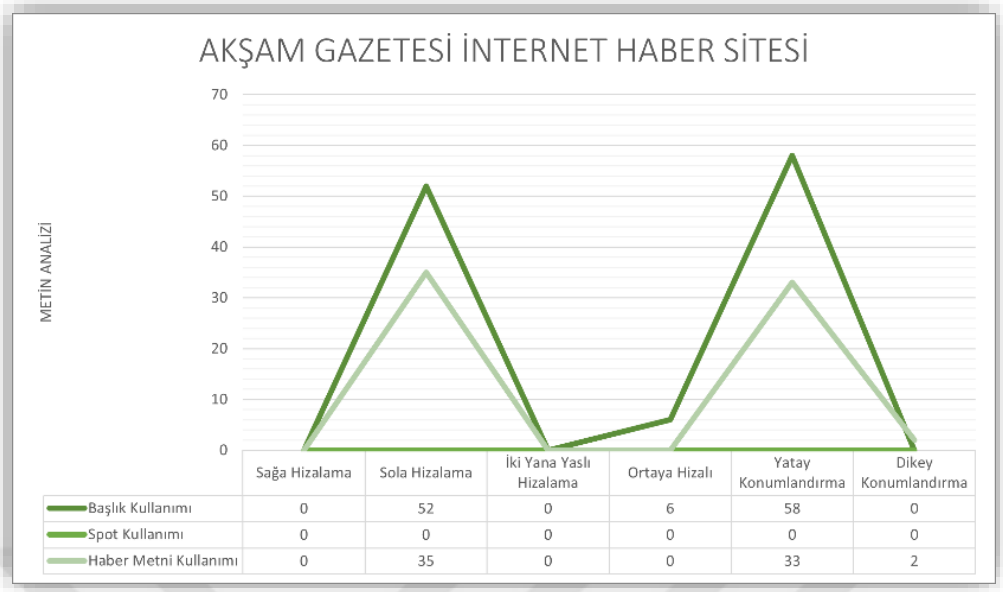
Hürriyet gazetesi internet haber sitesinde logo sol üstte yer alırken, yanında yatay olarak haber kategorileri bulunmaktadır. Bu bölümün hemen altında günün önemli haber başlıklarını içeren bir bölüm bulunmaktadır. Hürriyet internet haber sitesinde 78 adet haber bulunmaktadır. Haberlerin görsel sunumuna dair inceleme, Grafik 23'te görülmektedir. Hürriyet gazetesi internet haber sitesinde 76 haber başlığı sola hizalanarak kullanılmış yalnızca 2 haber başlığı iki yana yaslı hizalama yapılarak kullanılmıştır. Yine bu 76 haber yatay biçimde konumlandırılmıştır. Kalan iki haber ise dikey biçimde konumlandırılmıştır. Bu 78 haber arasında yalnızca 4 haberin haber metni bulunmaktadır.



Grafik 24: Sözcü Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sözcü logosunun sol üstte bulunduğu internet haber sitesinde, logonun yanında yatay bir hizayla sıralanmış haber kategorileri bulunmaktadır. Sözcü gazetesi internet haber sitesinde toplam 63 adet haber bulunmaktadır. Grafik 24, bu haberlerin metin bağlamında görsel özelliklerine ilişkin incelemeyi içermektedir. Sözcü gazetesinin internet haber sitesinde 57 haber başlığı sola hizalanarak kullanılmıştır. Altı haber başlığı ise ortaya hizalı biçimde hizalanmıştır. 62 haber yatay olarak konumlandırılırken 1 haber dikey biçimde konumlandırılmıştır. Sözcü gazetesinin internet haber sitesinde spot kullanımı bulunmamaktadır. 2 adet ise haber metni bulunmaktadır. Bulunan bu haber metinleri yatay biçimde konumlandırılmıştır.

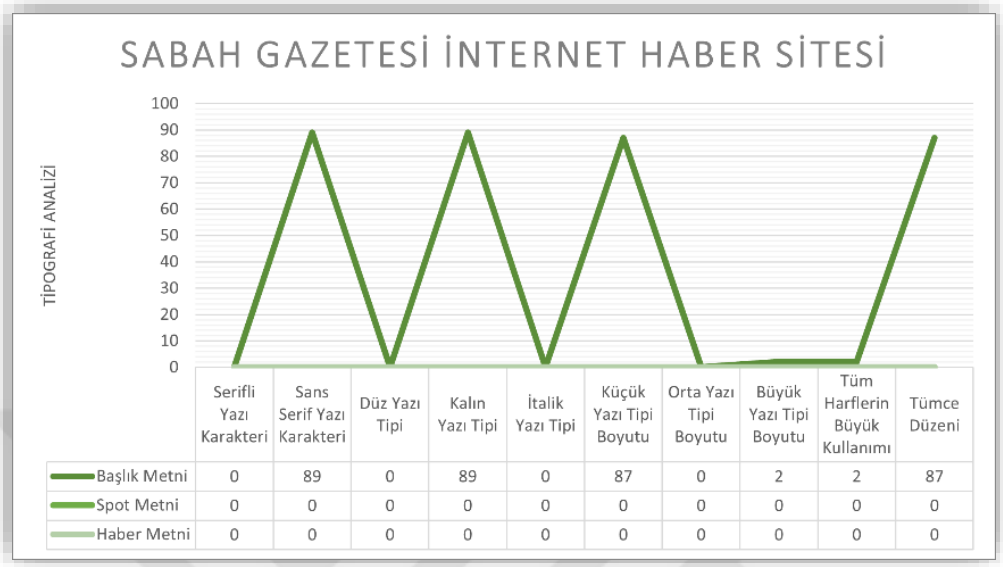


Grafik 25: Akşam Gazetesi İnternet Haber Sitesi Metin Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Akşam logosunun sol üstte bulunduğu internet haber sitesinde logonun yanında yatay bir hizayla sıralanmış farklı haber kategorilerine ait menüler bulunmaktadır. Bu menülerin üzerinde, yayın kuruluşuna ait diğer internet sitelerinin ikonlu bağlantıları bulunmaktadır. Logonun ve menünün altında bulunan kırmızı çizginin üzerinde borsa bilgileri bulunmaktadır. Bu internet haber sitesinin ana sayfasında 58 adet haber bulunmaktadır. Grafik 25'te, bu haberlerin internet haber sitesi içerisinde nasıl göründüğüne dair analiz bulunmaktadır. Haber başlıklarının 52’si sola hizalanmış biçimde yer alırken 6’sı ortaya hizalı biçimde kullanılmıştır. Haber başlıklarının tümü yatay konumlandırılmıştır. Haberlerin hiçbirinde spot kullanımı bulunmamaktadır. Akşam gazetesi internet haber sitesinde yalnızca 35 adet haber metni bulunmaktadır. Bu haber metinleri yatay biçimde konumlandırılmıştır.

5.5.6. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Tipografi Bağlamında İncelenmesi

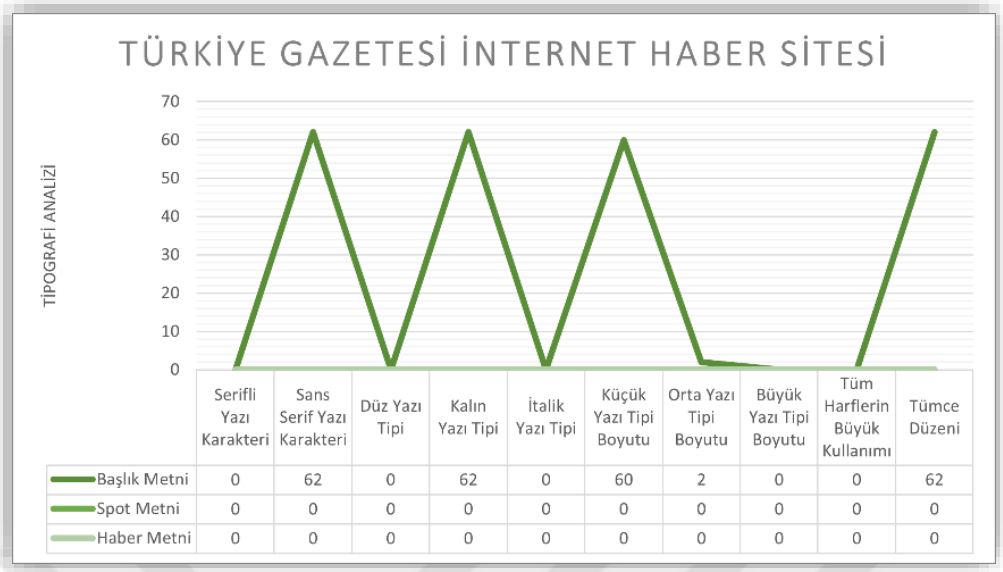


	Serifli Yazı Karakteri	Sans Serif Yazı Karakteri	Düz Yazı Tipi	Kalın Yazı Tipi	İtalik Yazı Tipi	Küçük Yazı Tipi Boyutu	Orta Yazı Tipi Boyutu	Büyük Yazı Tipi Boyutu	Tüm Harflerin Büyük Kullanımı	Tümce Düzeni
Başlık Metni	0	89	0	89	0	87	0	2	2	87
Spot Metni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Haber Metni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Grafik 26: Sabah Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

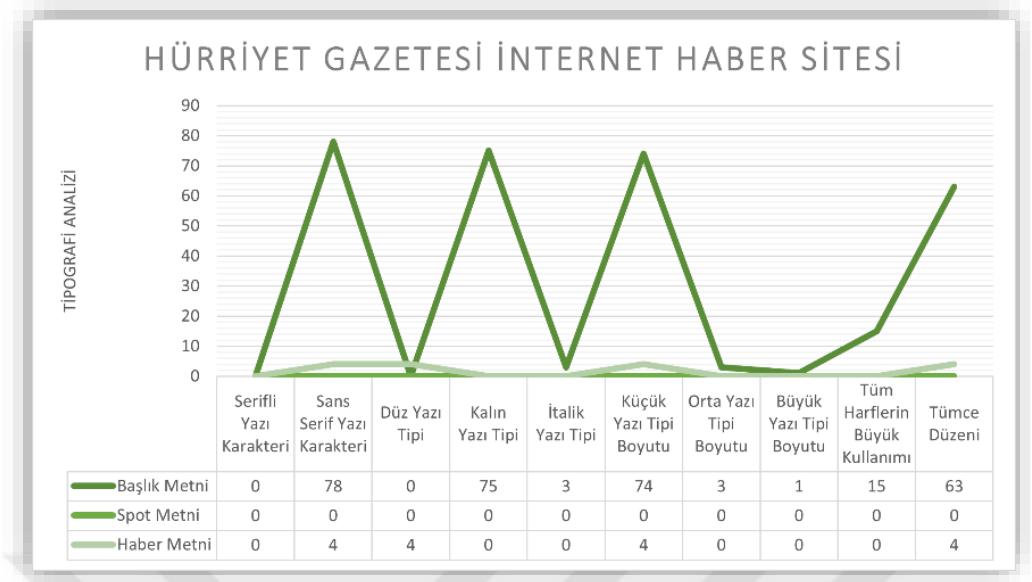
Sabah gazetesinin internet haber sitesi tipografik bağlamda Grafik 26'da ele alınmıştır. Grafik 26'da görülmektedir ki başlıklarda kullanılan harflerin tümü sans seriftir. Bu sans serif yazı karakteri ile yazılan tüm başlıklarda kalın yazı tipi kullanılmıştır. Manşet ve alt manşet haberlerinde başlıklar, tüm harfler büyük olacak şekilde büyük yazı tipi boyutu ile yazılırken diğer haberlerde başlıklar tümce düzeni içerisinde tercih edilmiştir. Gazetenin internet haber sitesinde spot ve haber metni bulunmamaktadır.



Grafik 27: Türkiye Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye gazetesinin internet haber sitesine ilişkin tipografik inceleme Grafik 27'de sunulmuştur. İnternet haber sitesindeki tüm haber başlıklarının sans serif yazı karakteri kullanılarak tümce düzeni içerisinde kalın yazı tipi ile kullanıldığı görünmektedir. İki haber başlığının yazı tipi boyutu orta olarak tercih edilirken diğer haberlerin başlıklarının tümünde küçük yazı tipi boyutu terci edilmiştir. Gazetenin internet haber sitesinde spot ve haber metni bulunmamaktadır.

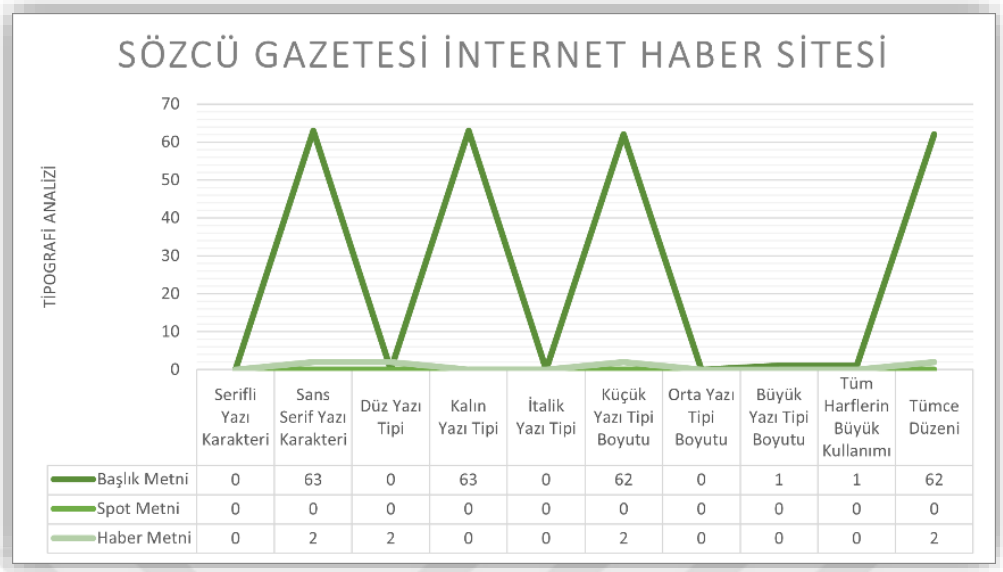


	Serifli Yazı Karakteri	Sans Serif Yazı Karakteri	Düz Yazı Tipi	Kalın Yazı Tipi	İtalik Yazı Tipi	Küçük Yazı Tipi Boyutu	Orta Yazı Tipi Boyutu	Büyük Yazı Tipi Boyutu	Tüm Harflerin Büyük Kullanımı	Tümce Düzeni
Başlık Metni	0	78	0	75	3	74	3	1	15	63
Spot Metni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Haber Metni	0	4	4	0	0	4	0	0	0	4

Grafik 28: Hürriyet Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hürriyet gazetesinin internet haber sitesinin tipografik bağlamda görsel sunumuna dair inceleme, Grafik 28'de görülmektedir. Başlık metinlerinin tümü sans serif yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır. Kalın yazı tipinin büyük oranda kullanıldığı görülse de italik yazı tipine de rastlanmıştır. Manşet haberinin başlığında büyük yazı tipi boyutu tercih edilirken haberlerin büyük çoğunluğunda küçük yazı tipi boyutu terci edilmiştir. Başlıkların büyük çoğunluğu tümce düzeni içerisinde yer alırken tümü büyük harften oluşan 15 adet haber başlığı da bulunmaktadır. Haber metinlerinin 4'ü de küçük yazı tipi boyutuyla sans serif yazı karakteri ve tümce düzeni içerisinde yazılmıştır.

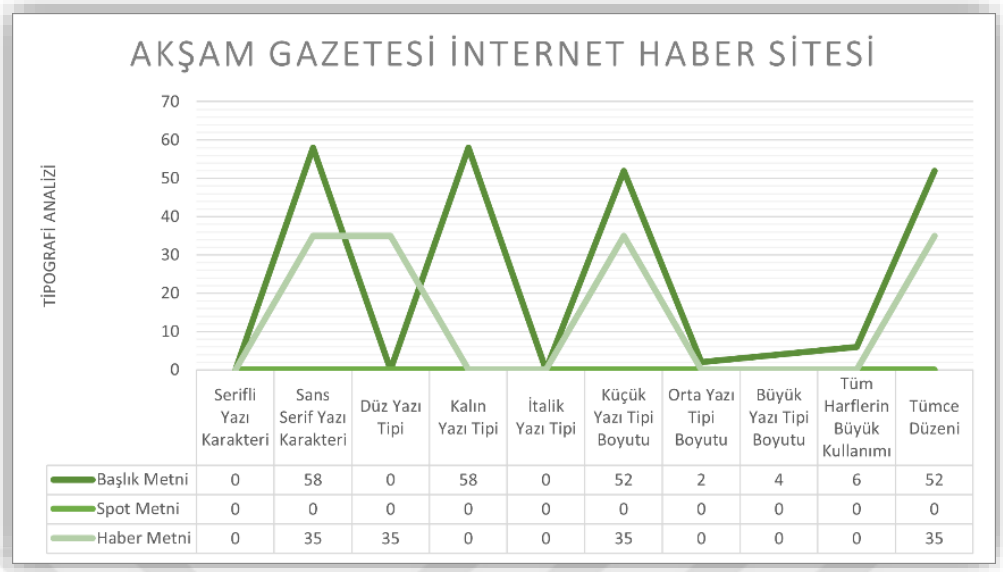


	Serifli Yazı Karakteri	Sans Serif Yazı Karakteri	Düz Yazı Tipi	Kalın Yazı Tipi	İtalik Yazı Tipi	Küçük Yazı Tipi Boyutu	Orta Yazı Tipi Boyutu	Büyük Yazı Tipi Boyutu	Tüm Harflerin Büyük Kullanımı	Tümce Düzeni
Başlık Metni	0	63	0	63	0	62	0	1	1	62
Spot Metni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Haber Metni	0	2	2	0	0	2	0	0	0	2

Grafik 29: Sözcü Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tipografik açıdan Sözcü gazetesinin internet haber sitesi, Grafik 29'da ele alınmıştır. Başlık metinlerinin tümünde sans serif yazı karakteri kullanılmıştır. Manşet haberinin başlığında tüm harfler büyük olacak şekilde büyük yazı boyutuyla yazılmıştır. Diğer tüm haber başlıkları küçük yazı tipi boyutuyla tümce düzeni içerisinde kullanılmıştır. Manşet haberinde tüm harfler büyük olarak kullanılırken diğer haberlerin tümünde başlıklar tümce düzeni içerisinde kullanılmıştır. Bulunan 2 adet haber metni, küçük yazı tipi boyutuyla sans serif yazı karakteri ile tümce düzeni içerisinde yer almaktadır.

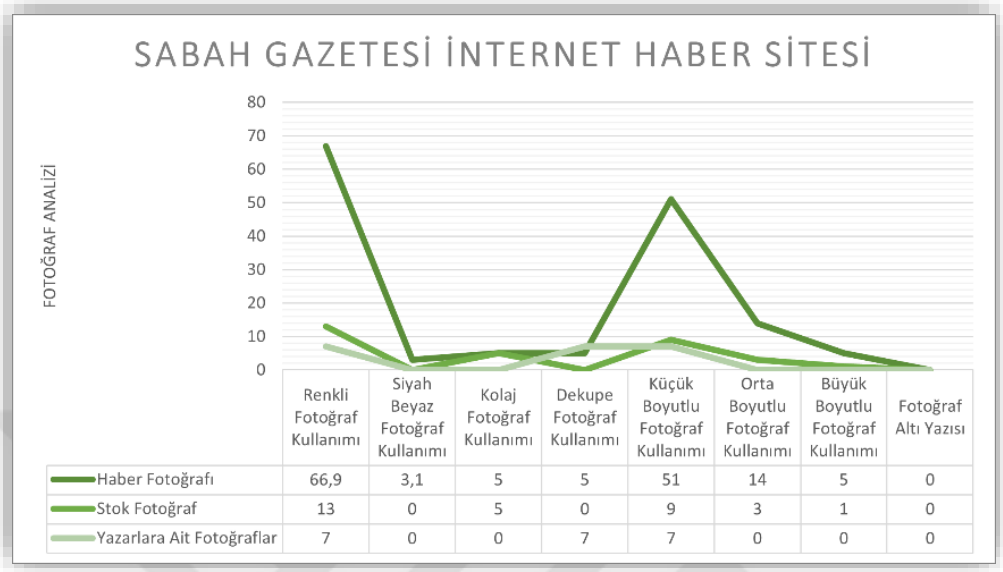


Grafik 30: Akşam Gazetesi İnternet Haber Sitesi Tipografi Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Akşam gazetesinin internet haber sitesi tipografik bağlamda Grafik 26'da ele alınmıştır. 58 haber başlığının tümü kalın sans serifli yazı karakteri bulundururken bu haber başlıklarının 6'sı tüm harfler büyük olacak şekilde yazılmış 52'sinde ise tümce düzeni kullanılmıştır. Tümce düzeni kullanılarak yazılmış bu haber başlıklarında yazı tipi boyutu küçük olarak tercih edilmiştir. İnternet haber sitesinde bulunan 35 haber metni ise küçük yazı tipi boyutlu olarak düz sans serif yazı karakteri ile tümce düzeni ile kullanılmıştır.

5.5.7. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Fotoğraf Bağlamında İncelenmesi

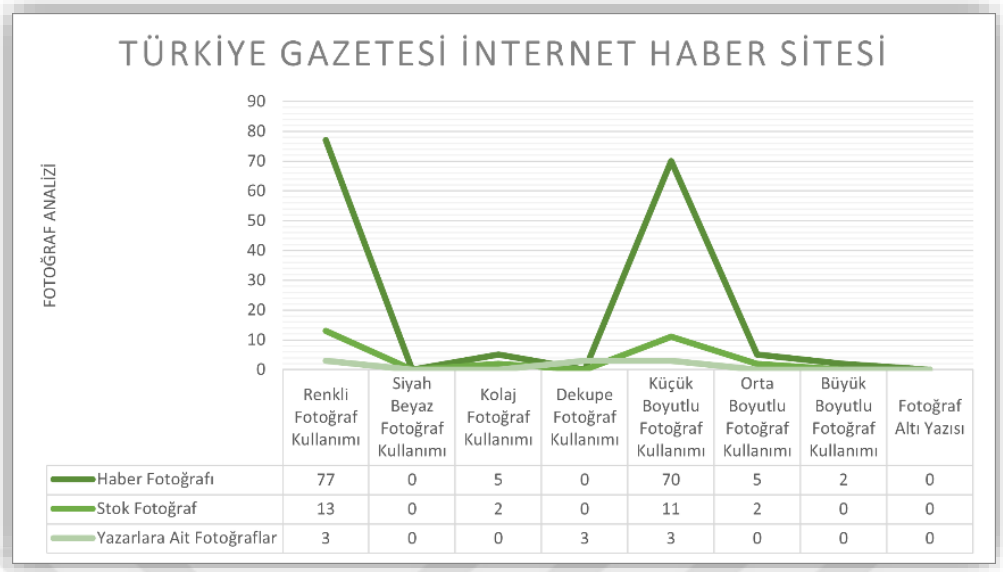


	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	66,9	3,1	5	5	51	14	5	0
Stok Fotoğraf	13	0	5	0	9	3	1	0
Yazarlara Ait Fotoğraflar	7	0	0	7	7	0	0	0

Grafik 31: Sabah Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 31'de Sabah gazetesine ait internet haber sitesi ana sayfasında kullanılan 95 fotoğrafın incelemesi yer almaktadır. Bu fotoğrafların 88'i haber için kullanılırken kullanılan bu fotoğrafların 13'ünün stok fotoğraf olduğu bariz bir şekilde görülmektedir. Haber fotoğraflarında renkli fotoğraf kullanımı çoğunluğu oluşturuyor olsa da siyah beyaz kullanımın da mevcut olduğu görülmektedir. Bu haber fotoğraflarında 5 adet kolaj kullanımı bulunmaktadır. Bu kolaj fotoğraflar, bir fotoğraf üzerine dekupe fotoğraf yerleştirilerek oluşturulmuştur. Haber fotoğraflarında fotoğraf boyutu kullanımında ise en fazla küçük boyutlu fotoğrafın kullanıldığı en az ise büyük boy fotoğrafın kullanıldığı görülmektedir. Sayfada bulunan 13 stok fotoğrafın tümü renkli olarak kullanılmıştır. Bu stok fotoğraflar kendi aralında 5 adet kolaj ile karşımıza çıkmaktadır. Haber fotoğraflarında olduğu gibi stok fotoğraflarda da fotoğraf kullanımı en çok küçük boyutlu iken en az büyük boyutlu olarak kullanılmıştır. Ayrıca internet haber sitesinde stok fotoğraf kullanımı ana sayfasının alt bölümlerine gittikçe yoğunlaşmaktadır. Yazarlara ait fotoğrafların tümü renkli, küçük boyutta ve dekupe edilmiş biçimde kullanılmıştır. Herhangi bir fotoğraf kategorisinde fotoğraf altı yazısı mevcut değildir.

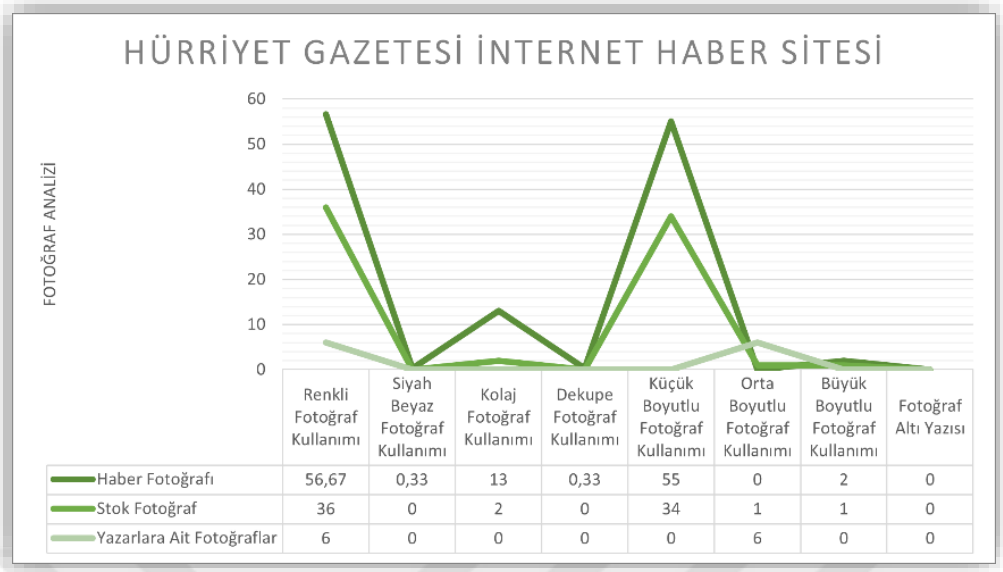


	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	77	0	5	0	70	5	2	0
Stok Fotoğraf	13	0	2	0	11	2	0	0
Yazarlara Ait Fotoğraflar	3	0	0	3	3	0	0	0

Grafik 32: Türkiye Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye gazetesinin internet haber sitesinde bulunan 93 fotoğrafın görsel öge olarak kullanımı Grafik 32'de bulunmaktadır. Fotoğrafların 90'ı haberler için kullanılan fotoğraflarken, bu fotoğrafların 13'ü stok fotoğraflardan oluşmaktadır. 3 fotoğraf ise yazarlara ait fotoğraflardır. Bu internet haber sitesinde bulunan fotoğrafların tümü renkli olarak kullanılmıştır. Sayfa içerindeki haber fotoğraflarında 5 kolaj kullanımı bulunmaktadır. 2 fotoğraf büyük boyutlu olarak kullanılırken 70 fotoğraf küçük boyutlu olarak kullanılmıştır. Kullanılan stok fotoğraflarda büyük boy fotoğraf kullanımı mevcut değildir. Fotoğrafların büyük çoğunluğuna küçük boyutlu olarak yer verilmiştir. Bu fotoğraflar arasında 2 adet kolaj kullanımının mevcut olduğu görülmektedir. Yazarlara ait fotoğrafların tümü renkli ve dekupe edilmiş biçimde kullanılmıştır. Herhangi bir fotoğraf kategorisinde fotoğraf altı yazısı bulunmamaktadır.

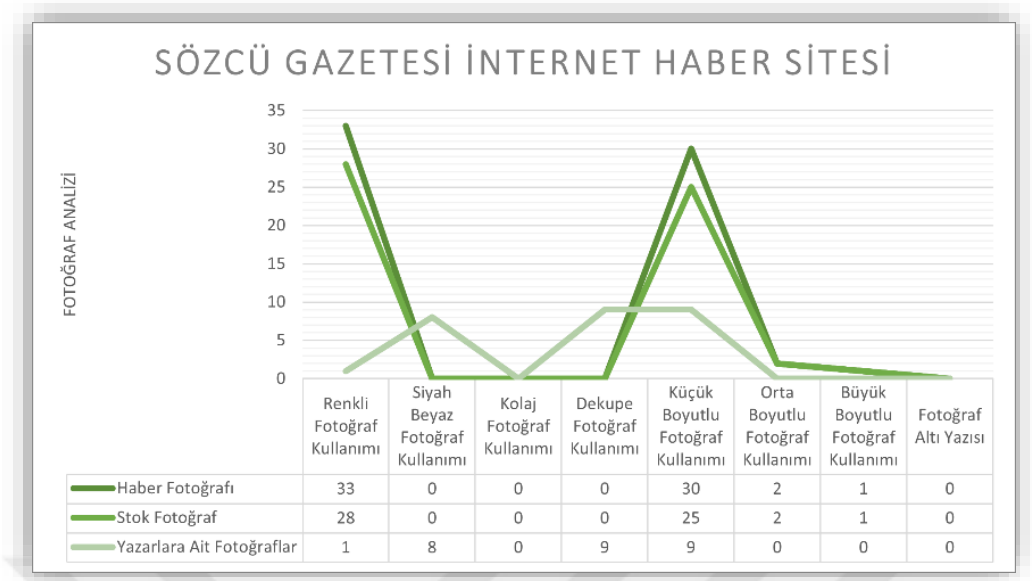


	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	56,67	0,33	13	0,33	55	0	2	0
Stok Fotoğraf	36	0	2	0	34	1	1	0
Yazarlara Ait Fotoğraflar	6	0	0	0	0	6	0	0

Grafik 33: Hürriyet Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hürriyet gazetesinin internet haber sitesi ana sayfasındaki fotoğraf kullanımına ilişkin inceleme Tablo33'te sunulmuştur. Hürriyet gazetesinin internet haber sitesinde 99 adet fotoğraf bulunmaktadır. Bu fotoğrafların 93'ü habere ilişkin kullanılan fotoğraflarken bu fotoğrafların 36'sını stok fotoğraflar oluşturmaktadır. Fotoğrafların büyük bir kısmının renkli olarak kullanıldığı görülmektedir. Sayfa içerisindeki kolaj kullanım miktarının oldukça yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Fotoğrafların büyük çoğunluğunun küçük boyutlu olarak yer aldığı görülmektedir. Stok fotoğraf kullanım miktarının oldukça fazla olduğu fark edilmektedir. Stok fotoğrafların tümü renkli olarak kullanılmıştır. Stok fotoğraflar arasında 2 adet kolaj kullanımı yer almaktadır. Ana sayfa içerisinde 1 stok fotoğraf büyük boyutlu olarak yer alırken 34 fotoğraf küçük boyutlu olarak yer almaktadır. Ayrıca stok fotoğraf kullanımındaki artış internet haber sitesinin alt bölümlerinde gittikçe yoğunlaşmaktadır. İnternet haber sitesinde dekupe fotoğraf bulunmamaktadır. Yazarlara ait fotoğrafların tümü renkli ve orta boyutlu olarak yer almaktadır. Herhangi bir fotoğraf kategorisinde fotoğraf altı yazısı bulunmamaktadır.

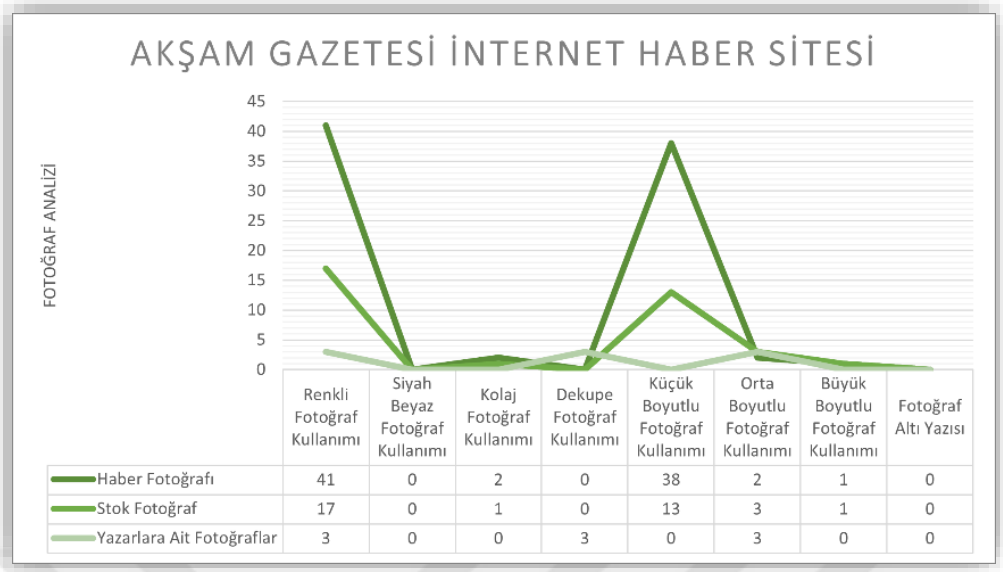


	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	33	0	0	0	30	2	1	0
Stok Fotoğraf	28	0	0	0	25	2	1	0
Yazarlara Ait Fotoğraflar	1	8	0	9	9	0	0	0

Grafik 34: Sözcü Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 34'te Sözcü gazetesinin internet haber sitesi ana sayfasının fotoğraf kullanımı bağlamında değerlendirmesi yer almaktadır. Sözcü gazetesinin internet haber sitesinde 70 adet fotoğrafa yer verilmiştir. Haber için kullanılan fotoğrafların tümü renkli olarak kullanılmıştır. Büyük boy olarak kullanılan fotoğraflar manşet ve alt manşet haberlerine aittir. İnternet haber sitesindeki 28 fotoğrafın stok fotoğraf olduğu görülmektedir. Büyük boy olarak kullanılan stok fotoğraf, sayfanın en alt kategorisinde yer almaktadır. Ayrıca stok fotoğraf kullanımı, ana sayfanın alt bölümlerine inildikçe artış göstermektedir. İnternet haber sitesinde kullanılan fotoğrafların büyük kısmı küçük fotoğraftan oluşmaktadır. Büyük ve orta boy fotoğrafa oldukça az yer verilmiştir. Yazarlara ait dokuz fotoğrafın tümü dekupe edilmiş biçimde kullanılmış 8'i siyah beyaz olarak tercih edilmiştir. İncelenen bu ana sayfa içerisinde kolaj kullanımı mevcut değildir. Herhangi bir fotoğraf kategorisinde fotoğraf altı yazısı bulunmamaktadır.



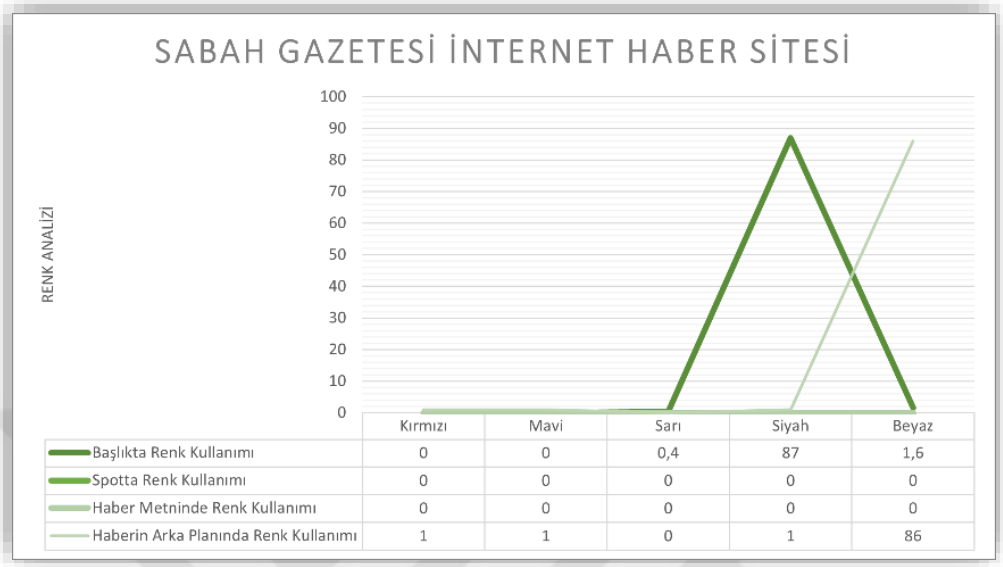
	Renkli Fotoğraf Kullanımı	Siyah Beyaz Fotoğraf Kullanımı	Kolaj Fotoğraf Kullanımı	Dekupe Fotoğraf Kullanımı	Küçük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Orta Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Büyük Boyutlu Fotoğraf Kullanımı	Fotoğraf Altı Yazısı
Haber Fotoğrafı	41	0	2	0	38	2	1	0
Stok Fotoğraf	17	0	1	0	13	3	1	0
Yazarlara Ait Fotoğraflar	3	0	0	3	0	3	0	0

Grafik 35: Akşam Gazetesi İnternet Haber Sitesi Fotoğraf Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Fotoğraf kullanımı bağlamında Akşam gazetesinin internet haber sitesinin ana sayfası, Grafik 35'te ele alınmıştır. Akşam gazetesinin internet haber sitesinde 61 adet fotoğraf bulunmaktadır. Fotoğrafların 58'i haber için kullanılan fotoğraflarken bu fotoğrafların 17'sini stok fotoğraflar oluşturmaktadır. Bu fotoğrafların tümü renkli olarak kullanılmıştır. Manşet haberine ait haber fotoğrafı büyük boyutlu olarak kullanılmıştır. Sayfa içerisindeki fotoğraflar yüksek oranda küçük olarak kullanılmaktadır. Haber fotoğraflarında 2 adet kolaj kullanımı bulunmaktadır. İnternet haber sitesindeki 17 fotoğraf renkli olarak kullanılmış stok fotoğraflardan oluşmaktadır. Alt manşet haberinde stok fotoğraf tercih edilmiş ve bu fotoğraf büyük boyutlu olarak kullanılmıştır. Stok fotoğraflarda 1 kolaj kullanımı mevcuttur. Yazarlara ait 3 fotoğraf renkli olarak küçük boyutta ve tümü dekupe edilerek kullanılmıştır. Herhangi bir fotoğraf kategorisinde fotoğraf altı yazısı mevcut değildir.

5.5.8. Görsel Tasarım Bağlamında Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Renk Bağlamında İncelenmesi

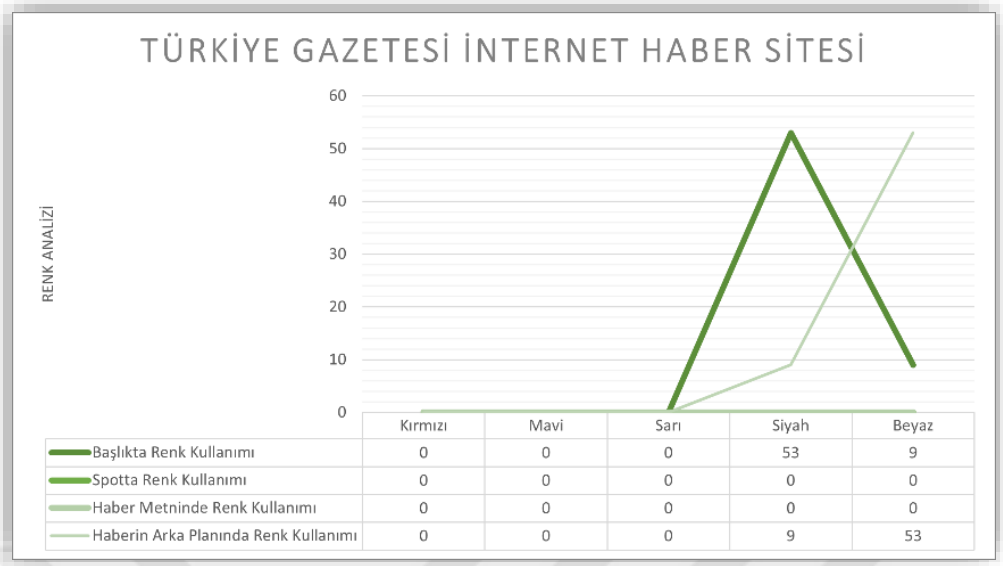


	Kırmızı	Mavi	Sarı	Siyah	Beyaz
Başlıkta Renk Kullanımı	0	0	0,4	87	1,6
Spotta Renk Kullanımı	0	0	0	0	0
Haber Metninde Renk Kullanımı	0	0	0	0	0
Haberin Arka Planında Renk Kullanımı	1	1	0	1	86

Grafik 36: Sabah Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

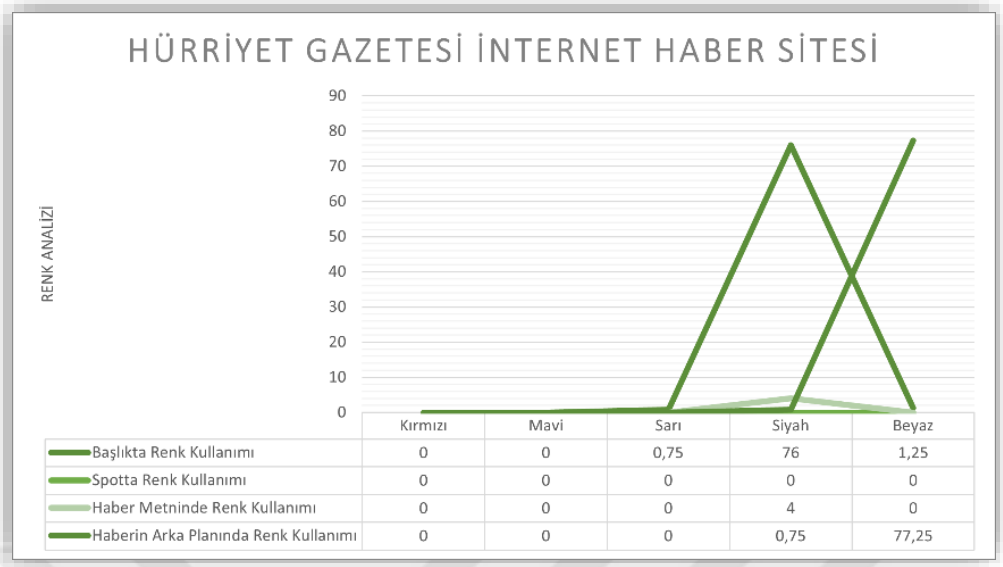
Grafik 36'da Sabah gazetesinin internet haber sitesinin ana sayfasında kullanılan renklerin analizi bulunmaktadır. Haber başlıklarında siyah renk kullanımı oldukça baskınken çok az miktarda sarı ve beyaz renk kullanımına da rastlanmıştır. Haberlerin arka planında beyaz renk baskın biçimde bulunurken birer haberde kırmızı, mavi ve siyah renkleri bulunmaktadır. İnternet haber sitesinde spot ve haber metni bulunmaması sebebiyle bu kategorilere ilişkin veri bulunmamaktadır.



Grafik 37: Türkiye Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

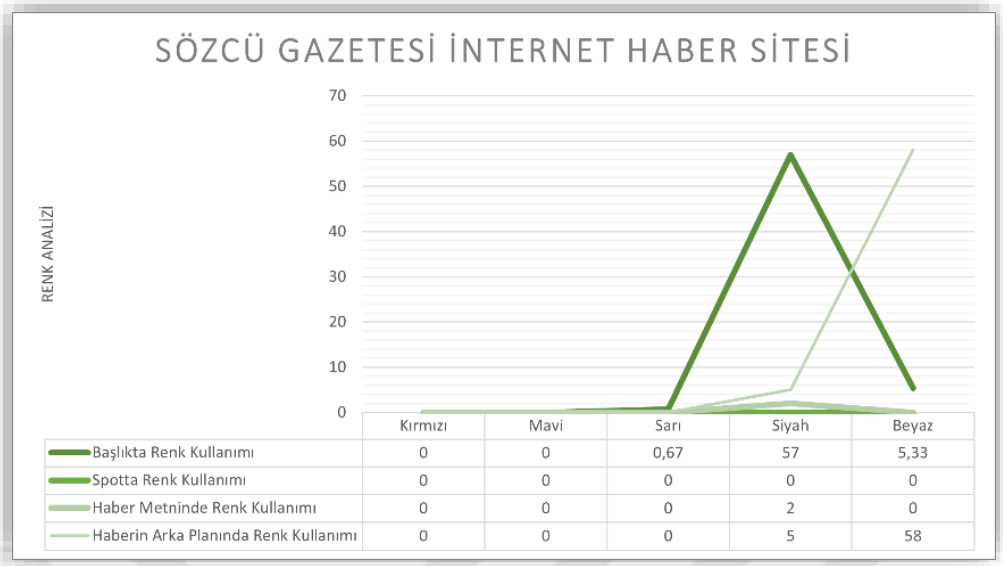
Grafik 37'de, Türkiye gazetesinin internet haber sitesinin renk bağlamındaki değerlendirmesi yer almaktadır. Haber başlıklarında siyah renk kullanılan haberlerin arka planı beyaz olarak kullanılırken beyaz arka plana sahip haber başlıklarının arka planı siyah olarak kullanılmıştır. Türkiye gazetesinin internet haber sitesinde beyaz ve siyah dışında renk kullanılmamış olması internet haber sitesinin renk bağlamında oldukça yalın olduğunu göstermektedir. İnternet haber sitesinde spot ve haber metni bulunmaması sebebiyle bu kategorilere ilişkin veri bulunmamaktadır.



Grafik 38: Hürriyet Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

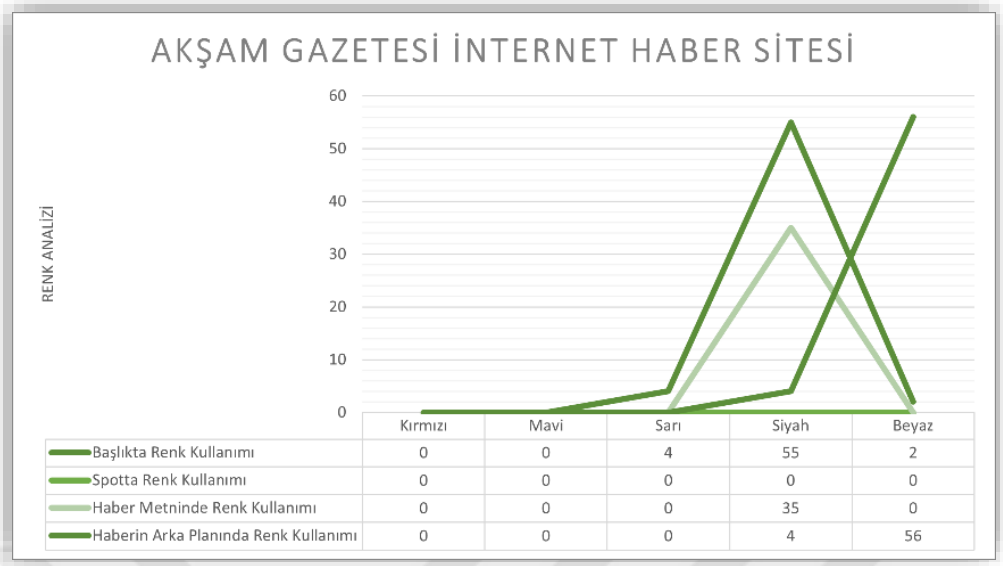
Hürriyet gazetesinin internet haber sitesinin renk bağlamındaki incelemesi Grafik 38'de sunulmuştur. Sayfada yoğun olarak renk kullanılan alanlar sıcak gündem bölümü ile manşet haberidir. İnternet haber sitesinde bulunan sıcak gündem bölümünde yer alan haberlerde, fotoğraf üzerine yazılan haber başlıklarında sarı ve beyaz renkleri kullanılmıştır. İnternet haber sitesindeki haber başlık alanları beyaz renktedir. Başlıklar bu alanların üzerine siyah olarak yazılmıştır. İnternet haber sitesinde bulunan 4 haber metninin yazı karakteri siyah olarak yazılmıştır. İnternet haber sitesinde spot bulunmaması sebebiyle bu kategorilere ilişkin veri bulunmamaktadır.



Grafik 39: Sözcü Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 39'da Sözcü gazetesinin internet haber sitesi ana sayfasının renk bağlamındaki değerlendirmesi bulunmaktadır. Haber başlıklarına siyah rengin hâkim olduğu görülmektedir. Haber başlıklarında rastlanan diğer renkler beyaz ve sarıdır. Sitede bulunan 5 haber metninde de siyah yazı karakteri kullanılmıştır. Haberlerin arka planında çoğunlukla beyaz renk kullanılırken siyah renkli arka plan kullanımı da mevcuttur. İnternet haber sitesinde spot bulunmaması sebebiyle bu kategorilere ilişkin veri bulunmamaktadır.

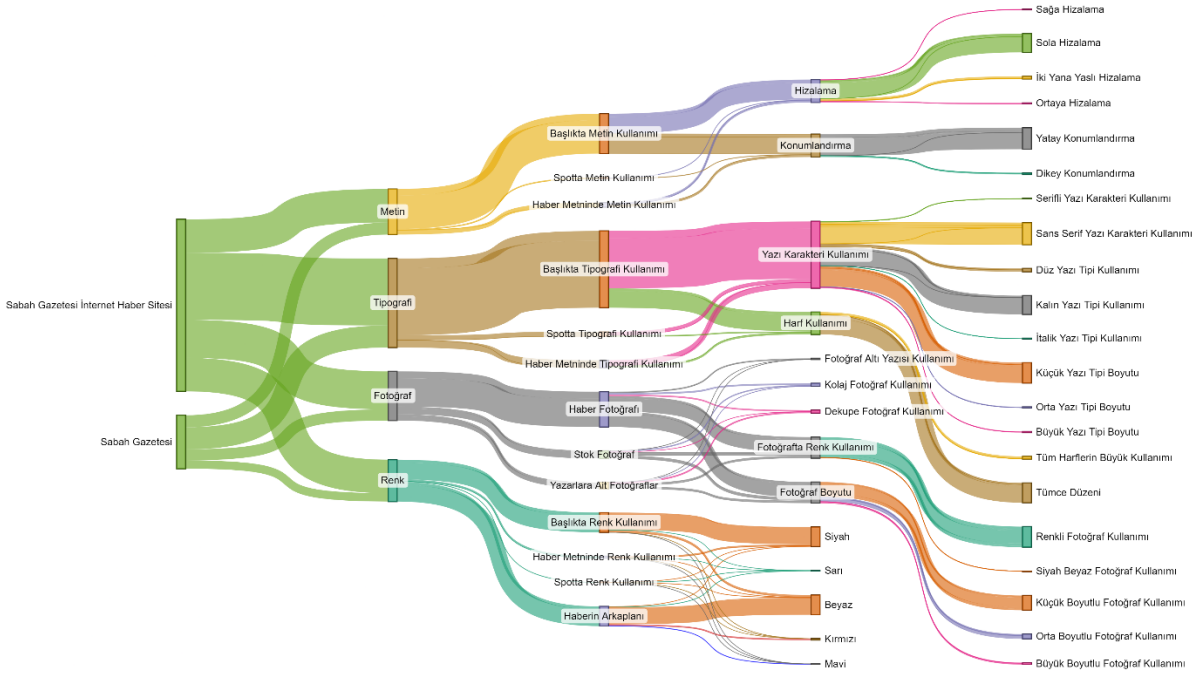


Grafik 40: Akşam Gazetesi İnternet Haber Sitesi Renk Görünümü Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 40'ta Akşam gazetesinin internet haber sitesinin ana sayfasında kullanılan renklerin analizi bulunmaktadır. Haber başlıklarında siyah renk kullanımı oldukça baskınken düşük oranda sarı ve beyaz renk kullanımına da rastlanmıştır. İnternet haber sitesinde bulunan 35 haber metninin yazı karakteri siyah olarak yazılmıştır. Haberlerin arka planında beyaz renk baskın biçimde bulunurken dört haberde siyah arka plan bulunmaktadır. İnternet haber sitesinde spot bulunmaması sebebiyle bu kategorilere ilişkin veri bulunmamaktadır.

5.6. Türkiye Ulusal Basınındaki Gazeteler ile İnternet Haber Sitelerinin Görsel Tasarım Bağlamında Karşılaştırılması



Şekil 3: Sabah Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

Sabah gazetesi ve internet haber sitesi arasındaki ilişkiyi gösteren Şekil 3'teki Sankey diyagramı tema- kod modeline uygun biçimde oluşturulmuştur. Diyagram, Sabah gazetesi ve internet haber sitesinde kullanılan görsel ögeler arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymaktadır.

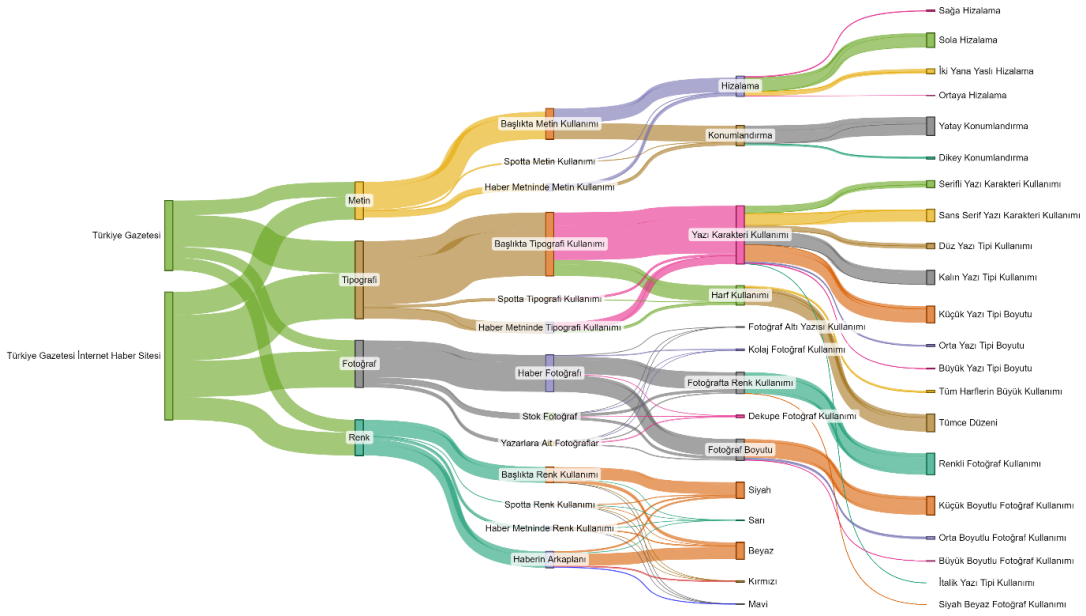
Sabah gazetesi ve internet haber sitesi metin görünümü bağlamında irdelendiğinde haber başlıklarının yoğunluklu olarak her iki haber mecrasında da sola hizalı biçimde kullanıldığını ve başlıkların yatay konumlandırıldığı görülmektedir. Gazetede spot kullanımı metin görünümü bakımından incelendiğinde tüm hizalama biçimlerinin kullanıldığı görülmektedir. Gazetede haber metni ise sola hizalanarak kullanılmaktadır. Buna karşın, internet haber sitesinde spot metni ve haber metni bulunmamaktadır.

Sabah gazetesi ve internet haber sitesi tipografi görünümü kapsamında incelendiğinde haber spotu ve haber metni bulunmaması sebebiyle yine yalnızca başlık bağlamında karşılaştırmak mümkün olmaktadır. Sabah gazetesinde kullanılan haber başlıklarda büyük ölçüde tümü büyük harf olacak şekilde kalın yazı tipi ile sans serifli yazı karakteri

tercih edilirken internet haber sitesinde de benzer şekilde kalın yazı tipi ile sans serif tercih edilmiş fakat başlıklar büyük ölçüde tümce düzeni içerisinde yazılmıştır. Haber başlıkları gazetede farklı boyutlarda kullanıldığı görülürken internet haber sitesinde manşet haberi dışında küçük yazı tipi boyutunun tercih edildiği görülmüştür. Başlık kullanımında yazı karakteri tercihi benzer biçimde olduğu fakat harf kullanımı noktasında farklılaşmaktadır.

Sabah gazetesi ve internet haber sitesi fotoğraf kullanımı bağlamında incelendiğinde gazetede fotoğrafların tamamı renkli olarak kullanılırken internet haber sitesinde de fotoğrafların büyük oranda renkli olarak kullanıldığı gözlenmiştir. Dekupe fotoğraf kullanımı ise her iki haber mecrasında da benzer şekilde kullanılmaktadır. Her iki haber mecrasında da haber hiyerarşi ile fotoğraf kullanımının paralellik göstermesidir. Bu iki haber mecrasının farklılaştığı önemli nokta ise gazetelerde fotoğraf altı yazısı bulunurken internet haber sitelerinde fotoğraf altı yazısının bulunmamasıdır. İnternet haber sitesi ile gazete arasında tipografik bağlamda benzerliğin çok düşük olduğu görülmüştür.

Sabah gazetesi ve internet haber sitesi renk kullanımı bağlamında incelendiğinde iki mecra arasında en yüksek bağlama sahip görsel öge olduğunu söylemek mümkündür. Her iki haber mecrasında da çarpıcılığını vurgulamak için az miktarda sarı renk manşet haberinin başlığında kullanılmıştır. He iki haber mecrasında da haber başlığı için kırmızı ve mavi renk tercih edilmemiştir. İnternet haber sitesinde manşet haberi dışındaki haberlerin büyük çoğunluğu siyah tercih edilirken gazetede beyaz tercih edilmektedir. Bu farklılaşmanın bir sebebi gazetelerde haberlerin arka planında renk yoğunluğunun fazla olmasına karşın gazetelerde açık renkli tek renk arka plan bulunmasıdır.



Şekil 4: Türkiye Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

Türkiye gazetesi ve internet haber sitesi arasındaki ilişkiyi gösteren Şekil 4'teki Sankey diyagramı tema- kod modeline uygun olarak yapılandırılmıştır. Diyagram, Türkiye gazetesi ve internet haber sitesinde kullanılan görsel ögeler arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymaktadır.

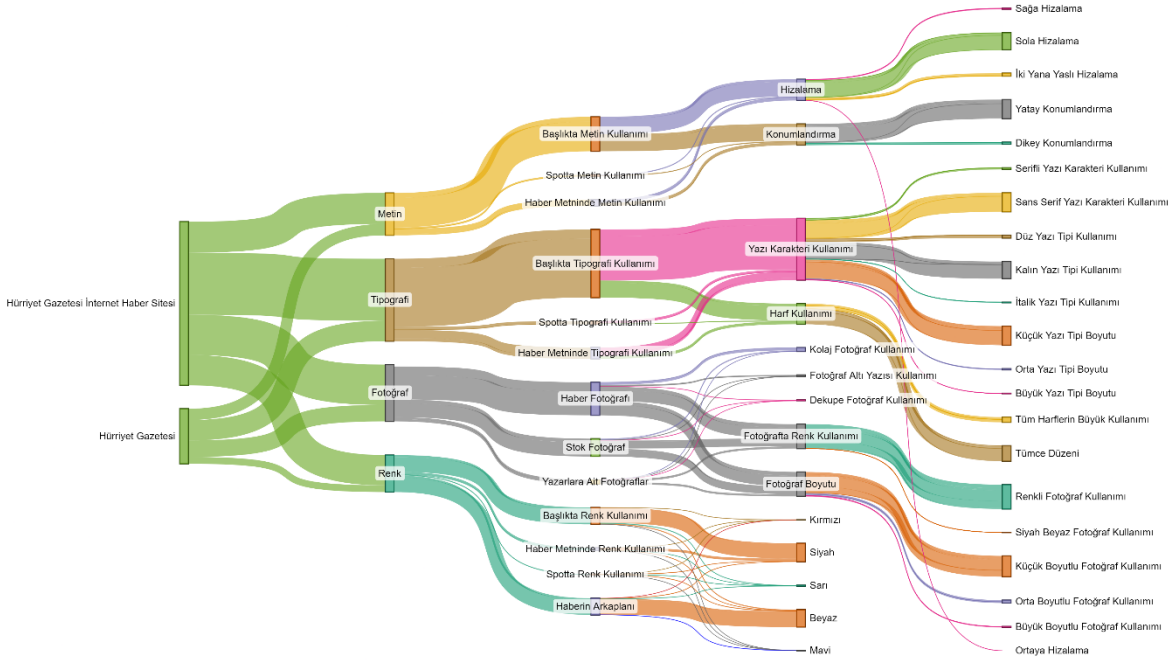
Türkiye gazetesi ve internet haber sitesi metin görünümü bağlamında irdelendiğinde haber başlığı kullanımdaki benzer nokta her iki haber mecrasında da haber başlıklarının yatay konumlandırılmasıdır. Gazetede spot kullanımının oldukça az olduğu gözlemlenirken internet haber sitesinde spot kullanımı bulunmamaktadır.

Türkiye gazetesi ve internet haber sitesi tipografi görünümü kapsamında incelendiğinde haber spotu ve haber metni bulunmaması sebebiyle yalnızca başlık bağlamında karşılaştırmak mümkün olmaktadır. İnternet haber sitesinde tek tip bir başlık kullanımı mevcutken gazetede böyle bir kullanım gözlenmemiştir. Gazetede büyük yazı tipi bulunurken internet haber sitesinde bulunmamaktadır. Gazetede haber başlılarında hem serifli hem de sans serif yazı karakteri kullanımı mevcutken internet haber sitesindeki başlıklarda yalnızca sans serif yazı karakteri kullanılmıştır. İnternet haber sitesinde haber başlıkları yalnızca kalın yazı tipi ile kullanılırken gazetede hem kalın hem düz yazı tipi kullanılmıştır. Tüm bu farklı kullanımlar sebebiyle başlık kullanımda bu iki haber

mecrasında benzerliğe rastlanılmadığını söylemek mümkündür. Başlık kullanımında yazı karakteri tercihi benzer biçimde olduğu fakat harf kullanımı noktasında farklılaşmaktadır. İnternet haber sitesi ile gazete arasında tipografik bağlamda benzerliğin inşa edilemediği görülmüştür.

Türkiye gazetesi ve internet haber sitesi fotoğraf kullanımı bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da fotoğrafların tamamının renkli olarak kullanıldığı görülmüştür. Her iki haber mecrasında da haber fotoğrafı boyutu olarak en fazla küçük boyutlu fotoğraf tercih edilmiştir. Her iki haber mecrasında haber fotoğraflarında kolaj kullanımı mevcuttur. Gazetede bulunan haber fotoğrafları arasında büyük boy fotoğraf bulunmazken internet haber sitesinde bulunmaktadır. Gazetede dekupe fotoğraf kullanımına çok miktarda rastlanırken internet haber sitesinde dekupe fotoğraf kullanımına rastlanmamıştır. Haberlere ait fotoğraflarda altı yazısı kullanımı gazetede oldukça düşükken internet haber sitesinde fotoğraf altı yazısı bulunmamaktadır. Stok fotoğraf kullanımı her iki haber mecrasında da haber fotoğrafına göre daha düşük oranda kullanılmıştır. İki haber mecrası arasında fotoğraf kullanımı bağlamındaki en benzer alt öge yazar fotoğrafı kullanımında görülmektedir. Her iki haber mecrasında da yazar fotoğrafı renkli ve dekupe edilerek kullanılmıştır.

Türkiye gazetesi ve internet haber sitesi renk kullanımı bağlamında karşılaştırıldığında internet haber sitesinde siyah ve beyaz dışında renk bulunmamasına karşın gazetede özellikle haber arka planlarında renk kullanımına yer verildiği görülmektedir.



Şekil 5: Hürriyet Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

Hürriyet gazetesi ve internet haber sitesi arasındaki ilişkiyi gösteren Şekil 5'teki Sankey diyagramı tema- kod modeline uygun olarak oluşturulmuştur. Diyagram, Hürriyet gazetesi ve internet haber sitesinde kullanılan görsel ögeler arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymaktadır.

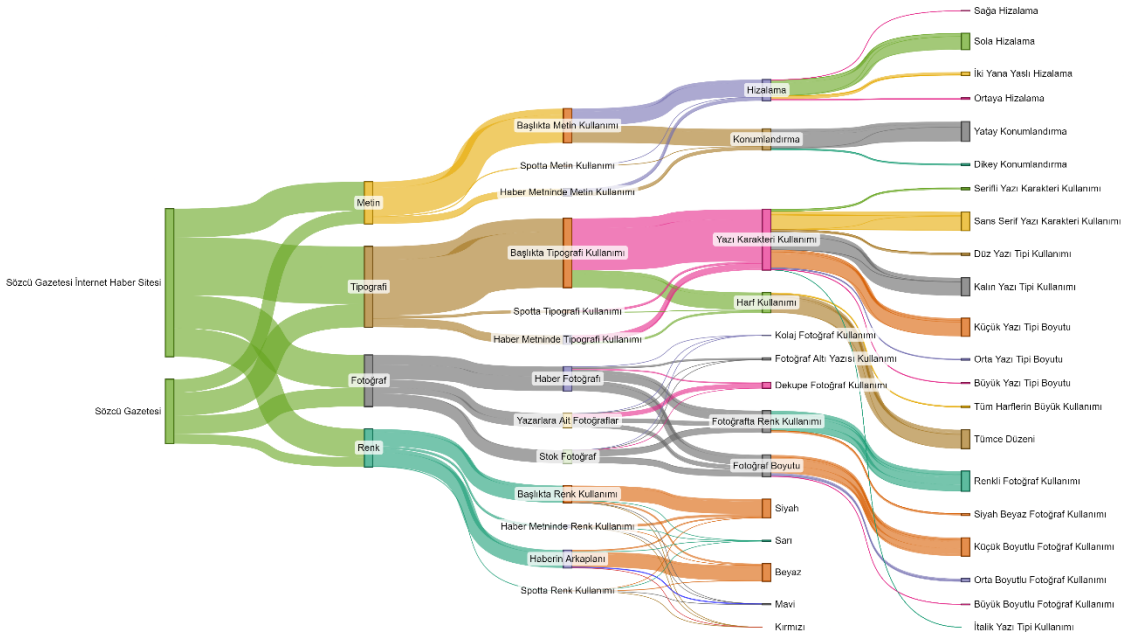
Hürriyet gazetesi ve internet haber sitesi metin görünümü bağlamında incelendiğinde, iki haber mecrası arasında haber başlıklarında ortak bir hizalama biçimi benimsenmediğini söylemek mümkündür. İnternet haber sitesinde spot metni bulunmaması sebebiyle, iki haber mecrası arasında spot kullanımına ilişkin bir değerlendirme yapmak da mümkün olmamaktadır. Haber metni görünümü bağlamında iki haber mecrası değerlendirildiğinde ise her iki haber mecrasında da haber metinlerinin sola yaslı bir biçimde kullanıldığı görülmektedir.

Hürriyet gazetesi ve internet haber sitesi tipografi görünümü kapsamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da haber başlığı yazılırken kalın yazı tipi ile sans serif yazı karakteri kullanıldığı görülmektedir. Ancak haber başlıklarında harf kullanımı ve bu harflerin boyutları bağlamında gazetenin kendi içerisinde de mecralar arasında da ortak bir kullanım bulunmamaktadır. Benzer durum haber metinleri için de geçerlidir. Gazete

içerisinde haber metninde kullanılan yazı karakterleri için ortak bir kullanım bulunmadığı gibi gazete ile internet haber sitesi arasında da ortak bir kullanım yer almamaktadır.

Hürriyet gazetesi ve internet haber sitesi fotoğraf kullanımı bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da fotoğrafların tamamının renkli olduğu görülmüştür. Dekupe fotoğraf kullanımı her iki haber mecrasında da az oranda kullanıldığı fark edilmektedir. İnternet haber sitesinde kolaj kullanımının oldukça fazla olduğu gözlemlenirken gazetede kolaj kullanımı oldukça düşüktür. Her iki haber mecrasında da fotoğraflar büyük oranda küçük boyutta kullanılırken internet haber sitesinde orta boyutlu fotoğraf kullanımı görülmemektedir. İnternet haber sitesinde kullanılan stok fotoğraflarda kolaj kullanımı bulunurken gazetede bulunan stok fotoğraflarda kolaj mevcut değildir. Bu iki haber mecrasının ayrıştığı önemli bir nokta ise internet haber sitelerinde fotoğraf altı yazısının bulunmamasıdır.

Hürriyet gazetesi ve internet haber sitesi renk kullanımı bağlamında incelendiğinde gazetede haber başlıklarında oldukça fazla renge yer verildiği görülürken internet haber sitesinde büyük oranda siyah renk tercih edildiği gözlenmiştir. İnternet haber sitesinde spot metni bulunmadığı için renk bağlamında bir karşılaştırma yapılamamaktadır. Gazetede haber metninde renk kullanılırken siyah yoğunlukta olmakla birlikte beyaz renkte kullanılırken internet haber sitesindeki tüm haber metinlerinde siyah renk tercih edilmiştir. Gazetede haberlerin arka planında sarı ve mavi renklerine de yer verilirken internet haber sitesinde haberlerin arka planında yalnızca beyaz renk tercih edilmektedir. Renk kullanımına ilişkin tüm bu bulgulardan hareketle, gazete ile internet haber sitesinde ortak bir kullanım bulunmadığı çıkarımını yapmak mümkündür.



Şekil 6: Sözcü Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

Sözcü gazetesi ve internet haber sitesi arasındaki ilişkiyi gösteren Şekil 6'daki Sankey diyagramı tema- kod modeline uygun olarak yapılandırılmıştır. Diyagram, Sözcü gazetesi ve internet haber sitesinde kullanılan görsel ögeler arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymaktadır.

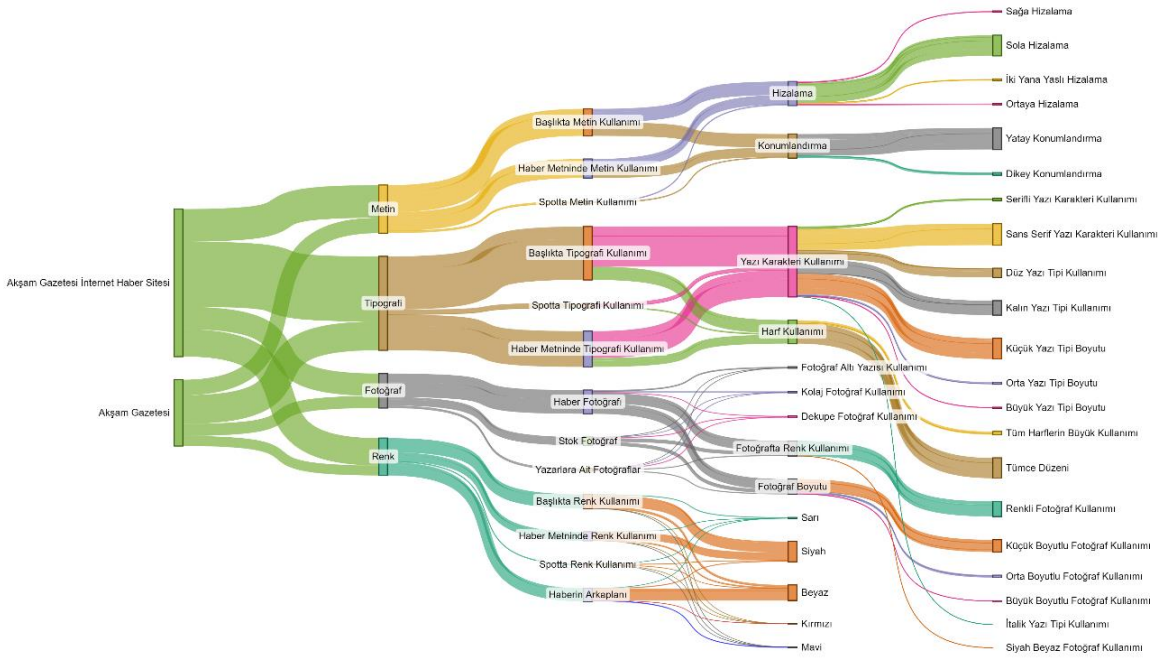
Sözcü gazetesi ve internet haber sitesi metin görünümü bağlamında incelendiğinde haber başlığı kullanımında ortak bir kullanım biçimi bulunmamaktadır. Ancak haber başlığı kullanımdaki benzer nokta her iki haber mecrasında da haber başlıklarında yatay konumlandırmanın tercih edildiği görülmektedir. Gazetede spot kullanımının oldukça az olduğu gözlemlenirken internet haber sitesinde spot kullanımı bulunmamaktadır. Haber metni kullanımında her iki haber mecrasında da haber metinleri sola hizalanırken bunun yanı sıra haber konumlandırma biçimlerinde de benzerlik tespit edilmiştir.

Sözcü gazetesi ve internet haber sitesi tipografi görünümü kapsamında ele alındığında hem gazetedeki hem internet haber sitesindeki haber başlıkları kalın yazı tipi ile sans serif yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır. Benzer şekilde her iki haber mecrasında da baskın olarak tümce düzeni kullanıldığı görülmüştür. İnternet haber sitesinde spot metni bulunmaması nedeniyle, iki haber mecrası arasında spot kullanımına ilişkin bir değerlendirme yapmak da mümkün olmamaktadır. Her iki haber mecrasında da haber

metnindeki yazı karakteri düz olarak tercih edilmiştir. Gazetede haber metinlerinde serifli yazı karakteri tercih edilirken internet haber sitesinde sans serifli yazı karakteri tercih edilmektedir. Yazı tipi boyutu bağlamında hem gazetede hem de internet haber sitesinde dengeli bir kullanım bulunmamaktadır. Her iki haber mecrasında da haber metinleri tümce düzeni içerisinde kullanılmaktadır.

Sözcü gazetesi ve internet haber sitesi fotoğraf kullanımı bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da haber fotoğraflarının tamamı renkli olarak kullanılmıştır. İki mecra arasında fotoğraf ögesi bağlamında diğer tüm alt temalar arasında bağıntı bulunmamaktadır. Gazetede dekupe fotoğraf kullanımına çok miktarda rastlanırken internet haber sitesinde dekupe fotoğraf kullanımına rastlanmamıştır. İnternet haber sitesinde kolaj kullanımı mevcut değilken gazetede yalnızca 1 kolaj mevcuttur. İnternet haber sitesindeki haberlere ait fotoğraflarda fotoğraf altı yazısı bulunmamaktadır. Stok fotoğraf kullanımı gazetede oldukça düşükken internet haber sitesinde oldukça fazladır. Stok fotoğraf kullanımı bağlamında iki mecra arasında benzerlik görülmemektedir. Yazar fotoğrafları her iki mecrada da dekupe edilerek kullanılıyor olduğu görülse de gazetede renkli olarak kullanılırken internet haber sitesinde siyah beyaz olarak tercih edilmiştir.

Sözcü gazetesi ve internet haber sitesi renk kullanımı bağlamında incelendiğinde iki mecra arasında en yüksek bağlama sahip görsel öge olduğunu söylemek mümkündür. Renk kullanımı bağlamında, her iki haber mecrasında da haber başlıklarında benzer kullanım gözlenmiştir. Her iki haber mecrasında da haber başlıklarında en fazla siyah tercih edilirken kullanım miktarı bakımından siyahı beyaz renk, beyaz rengi de sarı renk takip etmektedir. Her iki haber mecrasında da haber metinleri siyah olarak yazılmıştır. Her iki haber mecrasında da haberlerin arka planında beyaz renk tercih edilmiştir. Fakat burada iki mecra arasında bir fark görülmektedir. İnternet haber sitesinde haber arka planlarında yalnızca beyaz ve siyah renk tercih edilirken gazetede bu renklere ek olarak mavi ve sarı kullanımı da mevcuttur.



Şekil 7: Akşam Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

Akşam gazetesi ve internet haber sitesi arasındaki ilişkiyi gösteren Şekil 7'deki Sankey diyagramı tema- kod modeline uygun olarak yapılandırılmıştır. Diyagram, Akşam gazetesi ve internet haber sitesinde kullanılan görsel ögeler arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymaktadır.

Akşam gazetesi ve internet haber sitesi metin görünümü bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da kendi içerisinde başlık kullanımına ilişkin belirli bir standarttın ve iki haber mecrası arasında ortak bir kullanım biçiminin mevcut olmadığı görülmektedir. Gazetede spot kullanımı için yine belirgin bir kullanım biçimi bulunmazken internet haber sitesinde spot kullanımı bulunmamaktadır. Haber metni kullanımında her iki haber mecrasında da haber metinleri sola hizalanırken bunun yanı sıra haber konumlandırma biçimlerinde de benzerlik olduğu saptanmıştır.

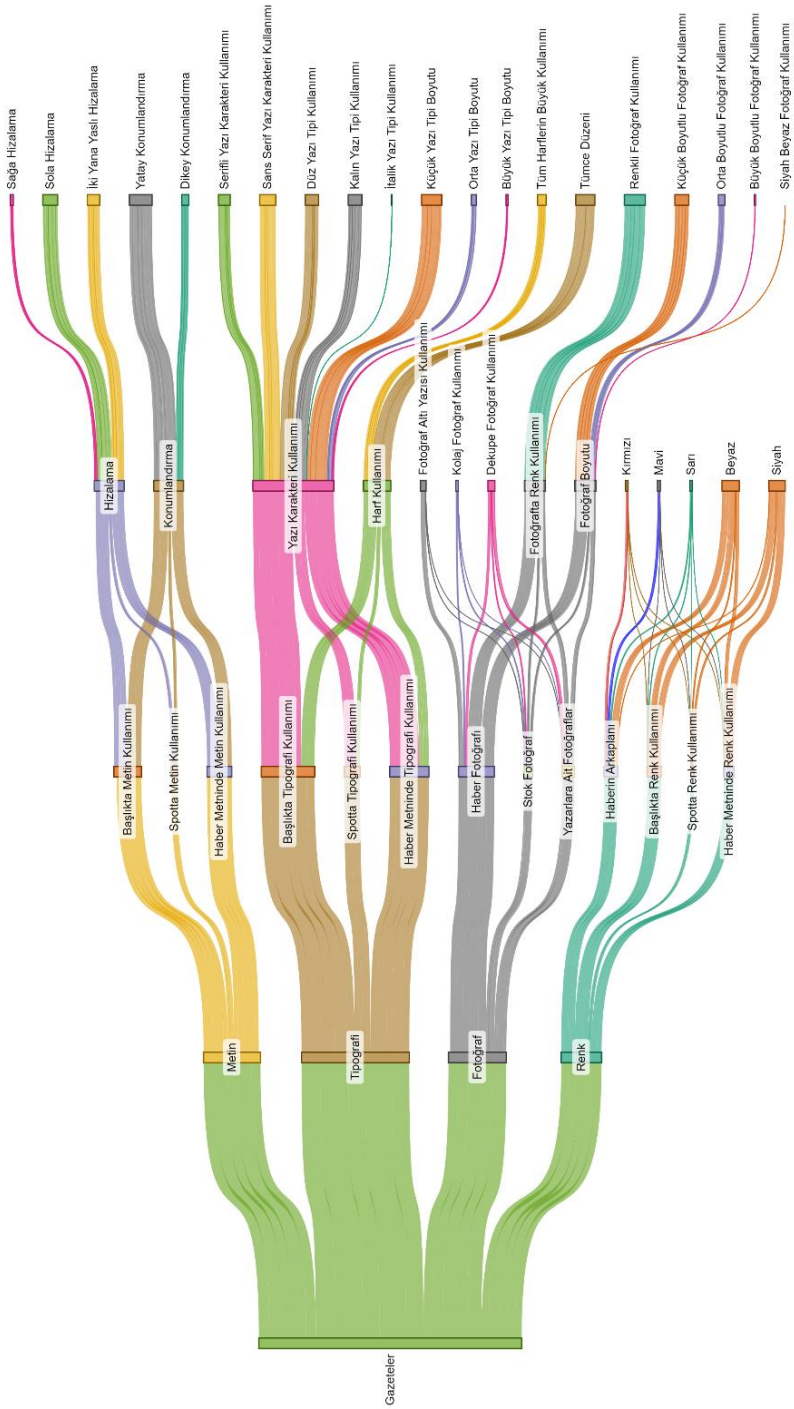
Akşam gazetesi ve internet haber sitesi tipografi görünümü bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da kendi içerisinde başlık kullanımına ilişkin belirli bir standarttın bulunmadığı görülmüştür. Haber metni bağlamında gazetede benzer şekilde belirgin bir kullanım biçimi bulunmazken internet haber sitesinde tüm haber metinleri

sans serif yazı karakteri ile düz yazı tipi kullanılarak yazılmıştır. Her iki haber mecrasında da haber metinleri tümce düzeni içerisinde, küçük yazı tipi boyutu ile yazılmıştır.

Akşam gazetesi ve internet haber sitesi, fotoğraf kullanımı bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da fotoğrafların tamamı renkli olarak kullanıldığı görülmüştür. Her iki haber mecrasında da stok fotoğraf kullanımının yüksek miktarda kullanıldığı fark edilmektedir. Her iki haber mecrasında da kolaj kullanımı mevcuttur. Her iki haber mecrasında da en fazla küçük fotoğraf boyutu tercih edilmektedir. Her iki haber mecrasında da manşet haberi büyük boyutlu olarak kullanılmıştır. Gazetede dekupe haber fotoğrafı bulunurken internet haber sitesinde dekupe fotoğraf kullanımına rastlanmamıştır. İnternet haber sitesindeki haberlere ait fotoğraflarda fotoğraf altı yazısı bulunmamaktadır. Yazar fotoğrafları her iki mecrada da renkli olarak kullanıldığı görülmekte fakat internet haber sitesinde bulunan yazar fotoğraflarının tümü dekupe edilerek kullanılmasına karşın gazetede yarısı dekupe edilerek kullanılmıştır.

Akşam gazetesi ve internet haber sitesi renk kullanımı çerçevesinde incelendiğinde başlıkta renk kullanımı bağlamında iki mecra arasında benzerlik bulunmadığı tespit edilmiştir. Haber metninde renk kullanımı bağlamında iki haber mecrası değerlendirildiğinde her iki haber mecrasında da yüksek oranda siyah renk kullanıldığı tespit edilmiştir. Haberlerin arka plan rengi kullanımda da iki mecra arasında benzerliğe rastlanmamıştır.

5.6.1. Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Görsel Tasarım Bağlamında Karşılaştırılması



Şekil 8: Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

Şekil 8'de bulunan Sankey diyagramı Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin görsel bağlamı sağlayan metin, fotoğraf, renk ve tipografi ögelerinin kullanımını bir veri akışı içerisinde temsil etmektedir. Metin görünümü bağlamında üç ana kategori ve iki alt kategori bulunmaktadır. Diyagram incelendiğinde Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin haber metni kullanımdaki genel eğilimin haber metinlerini yatay konumlandırarak sola hizalı bir biçimde kullanılması yönündedir. Fakat haber metinlerinde tek bir metin hizalama ve konumlandırma biçimi bulunmamaktadır. Haber metni sayısına oranla spot kullanımının oldukça düşük olduğu görülmekte iken spotta metni için standart metin hizalama ve konumlandırma gözlenmemektedir. Haber başlığının metin görünümünde ise hem sağa hem sola hizalama eşit oranda kullanılmaktadır. Haber başlıklarının metni ağırlıklı olarak yatay konumlandırılarak kullanılmaktadır.

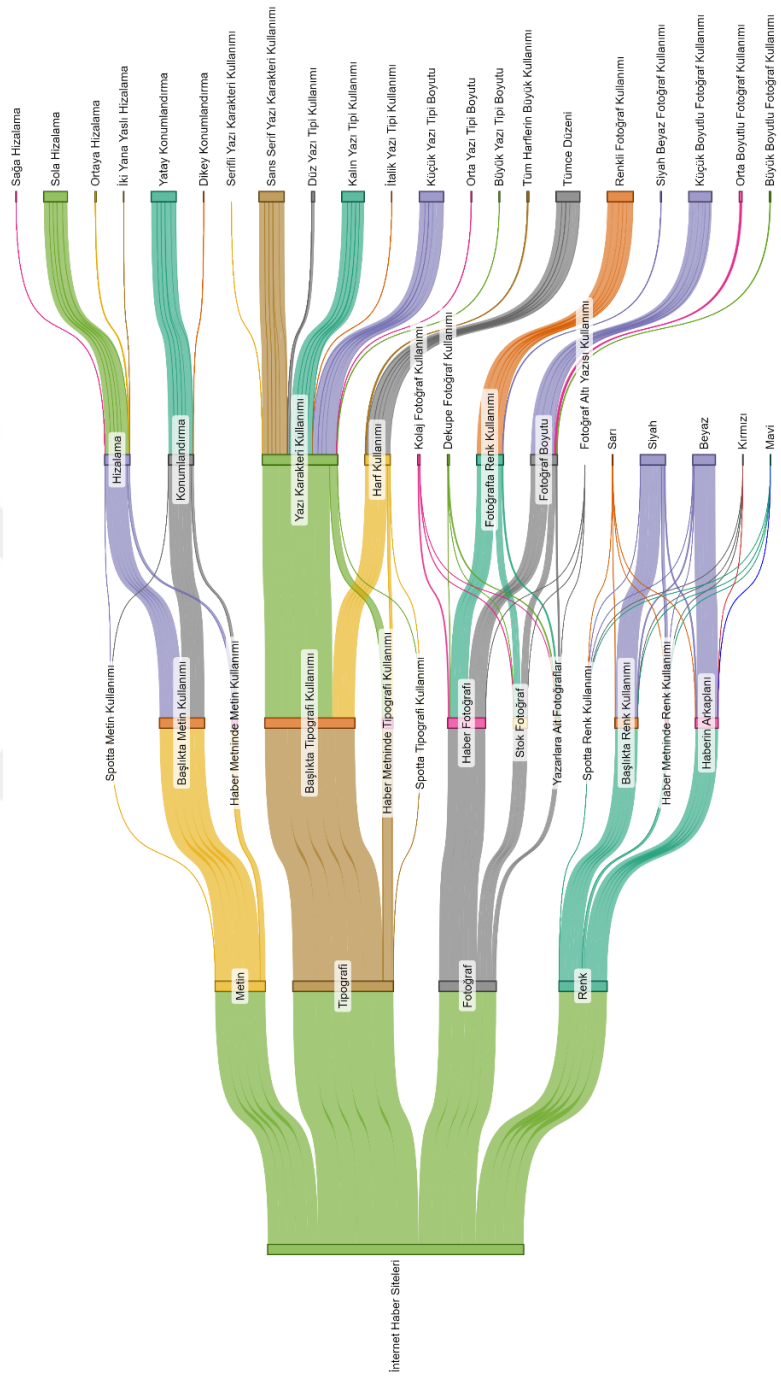
Tipografi görünümü bağlamında üç ana kategori ve dört alt kategori bulunmaktadır. Haber başlıklarında kullanılan tipografik ögeler çoğunlukla düz yazı tipi ile sans serif ve tüm harfler büyük olacak şekilde kullanımı çoğunlukta iken yine de sayfa üzerinde tek tip bir başlık kullanımı olduğunu söylemek mümkün olmamaktadır. Haber metinlerinde kullanılan tipografinin görünümü büyük ölçüde serifli yazı karakteri iken tüm cümleler tümce düzeni içinde kullanılmıştır. Spotta yazı karakteri tercihi sans serif iken tümce düzeni içerisinde bir kullanım benimsenmiştir.

Fotoğraf görünümü bağlamında üç ana kategori ve beş alt kategori bulunmaktadır. Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ilk sayfasında fotoğraflar, renkli bir yönelim sergilemektedir. Manşet ve alt manşet haberlerine ait fotoğraflar büyük ve orta boyutta kullanılmaktadır. Bu fotoğrafların bu fotoğrafların %26'sı kadar düşük bir oranla fotoğraf altı yazısıyla açıklandığını görülmektedir. Kolaj fotoğraf kullanım oranının %14,43 olduğunu söylemek mümkündür. Haberlerin %13'üne ait yazar fotoğrafı bulunmaktadır. Bir haberde birden fazla fotoğraf kullanılacaksa bu fotoğrafların bir kısmı dekupe edilerek kullanılmaktadır.

Renk bağlamında gazeteleri değerlendirmek üzere dört alt kategori bulunmaktadır. Renk kullanımının en fazla olduğu alan %33,5 ile haber arka planlarıdır. Haber metinlerinde siyah ve beyaz renkler daha fazla benimsenmiştir. Renk kullanılırken spot metinlerinde bir standart mevcut olmayıp kullanılan arka plan ve fotoğrafa göre spot metni rengi belirlenmektedir. Başlıkta renk kullanılırken genel yaklaşım siyah ve beyaz renk üzerine olsa da kırmızı, sarı ve mavi renkler de tercih edilmektedir.

Şekil 8'den yola çıkarak araştırmanın ilk alt sorusu olan Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel medya mecralarından gazetelerin sahip oldukları görsel kimliği oluşturan görsel ögelerin dağılımı ne şekildedir? Sorusunun yanıtı için Sankey diyagramı genel çerçevede değerlendirildiğinde Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin haber metnini metni sola hizalı bir biçimde yatay konumlandırdığını, haber başlıkları için yine yatay hizalamanın söz konusu olduğunu, haber spot yazım biçiminde metin görünümü bakımından bir standart bulunmadığını, ancak tipografi bakımından sans serif ve tümce düzeni içerisinde bir kullanım benimsendiğini, fotoğraf kullanımında renkli fotoğraf kullanımının tercih edildiğini bu fotoğrafların %26'sının fotoğraf altı yazısıyla açıklandığını, renk kullanımında ise sıralamanın çoktan aza doğru beyaz, siyah, mavi, sarı ve kırmızı olduğunu göstermektedir.

5.6.2. Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Görsel Tasarım Bağlamında Karşılaştırılması



Şekil 9: Türkiye Ulusal Basınındaki İnternet Haber Sitelerinin Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

Şekil 9'daki Sankey diyagramı, Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin internet haber sitelerinin görsel bağlamını sağlayan metin, fotoğraf, renk ve tipografi ögelerini bir veri akışı içerisinde temsil etmektedir. İnternet haber sitelerinde de görsel ögeler, gazeteler ile aynı tematik dağılım içerisinde incelenmiştir. Metin görünümü bağlamında üç ana kategori ve iki alt kategori bulunmaktadır. Diyagram incelendiğinde Türkiye ulusal basınındaki internet haber sitelerinin ana sayfasında bulunan haberlerin büyük çoğunluğunun haber başlığından oluşmaktadır. Haber metni kullanımının %17'lik bir oranla oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu haber metinleri sola hizalı ve yatay konumlandırılarak kullanılmaktadır. İncelenen tüm internet haber sitelerinde haber spotu bulunmamaktadır. Haber başlıkları genel itibarıyla sola hizalanarak ve yatay biçimde kullanılmaktadır.

Tipografi görünümü bağlamında üç ana kategori ve dört alt kategori bulunmaktadır. Haber başlıklarında kullanılan yazı karakterinin tümü kalın yazı tipine sahip sans serif yazı karakteridir. Manşet ve alt manşet haberlerinin başlıkları tümü büyük harf olarak yazılırken diğer haberlerin başlıklarında tümce düzeni benimsenmiştir. Düşük miktardaki haber metinlerinde de düz yazı tipine sahip sans serif yazı karakteri kullanılmıştır.

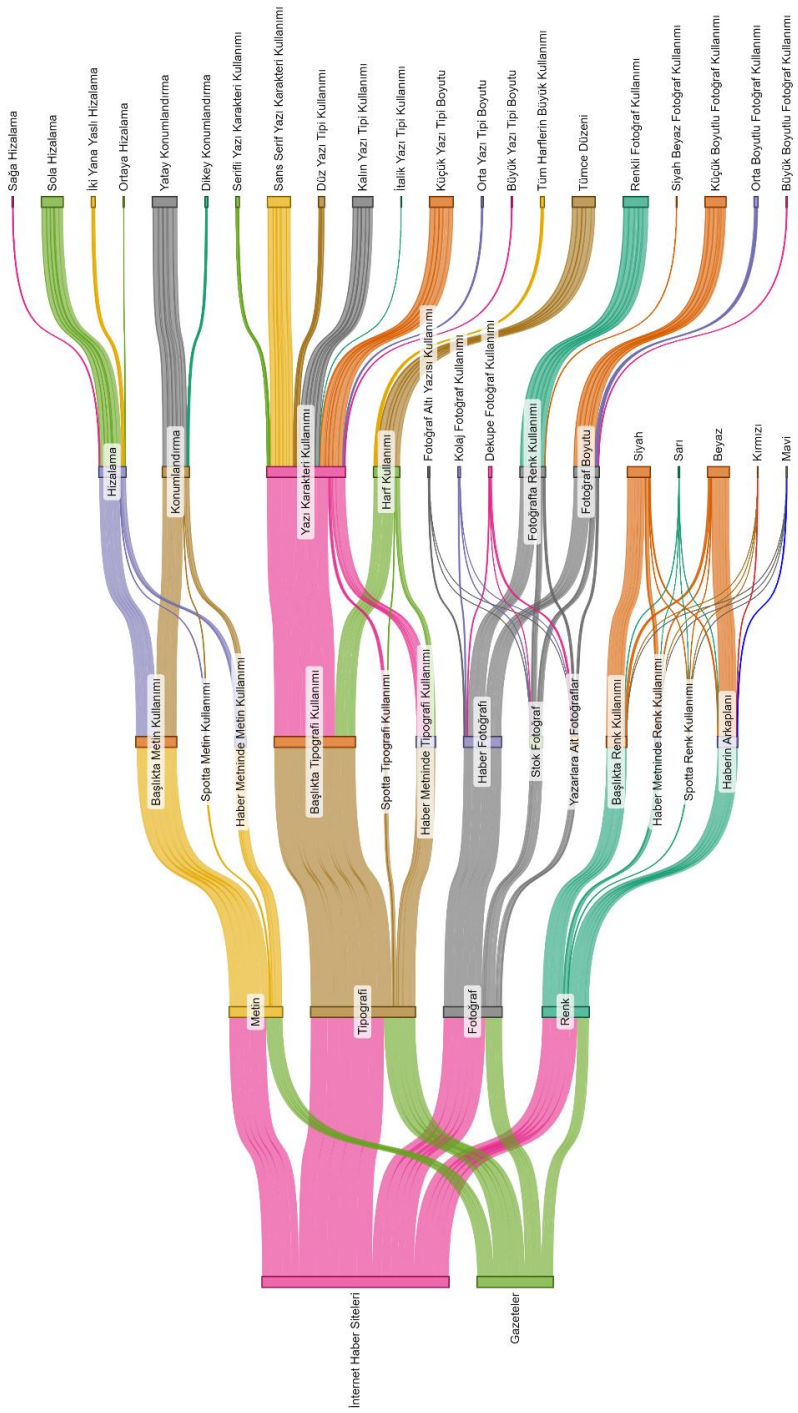
Fotoğraf görünümü bağlamında üç ana kategori ve beş alt kategori bulunmaktadır. Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin internet haber sitelerinin ana sayfasında bulunan fotoğraflarda renkli fotoğraf kullanımı baskın olsa da siyah beyaz fotoğraf kullanıma da farklı internet sitelerinde rastlanmıştır. Web sitelerinin stok fotoğraf kullanım oranı %27,5'tir. Dekupe edilmiş fotoğraf miktarı düşüktür. Kolaj kullanım miktarı da sınırlıdır. Bu fotoğrafların hiçbirinde fotoğraf altı yazısı bulunmamaktadır. Bir haberde birden fazla fotoğraf kullanılacaksa bu fotoğrafların bir kısmı dekupe edilerek kullanılmaktadır.

Renk bağlamında gazeteleri değerlendirmek üzere dört alt kategori bulunmaktadır. Renk kullanımının en fazla olduğu alan %47,7 ile haber başlıklarıdır. Haber başlıklarında en fazla tercih edilen renk siyahtır. Başlıkta renk kullanılırken genel yaklaşım siyah ve beyaz renk üzerine olsa da çok az ölçüde kırmızı, sarı ve mavi renkler de tercih edilmektedir.

Şekil 4'ten yola çıkarak araştırmanın ikinci alt sorusu olan Türkiye ulusal basınında yer alan gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinin sahip oldukları görsel kimliği oluşturan görsel ögelerin dağılımı ne şekildedir? Sorusunun yanıtı Sankey diyagramı genel çerçevede değerlendirildiğinde, internet haber sitelerinde haber metni ve spot bulunmadığını yalnızca haber başlığının internet haber sitesine hâkim olduğunu, haber

başlıkları için daima sans serif yazı tipi tercih edildiğini, fotoğraf kullanımında renkli fotoğraf kullanımı çoğunlukta olsa da siyah beyaz fotoğrafa da rastlanabildiğini, stok fotoğraf kullanma oranının yüksek olduğunu, fotoğraflarda fotoğraf altı yazısı bulunmadığını, renk kullanımında ise sıralamanın çoktan aza doğru siyah, beyaz, sarı, kırmızı, mavi olduğunu göstermektedir.

5.6.3. Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin ve İnternet Haber Sitelerinin Görsel Tasarım Bağlamında Karşılaştırılması



Şekil 10: Türkiye Ulusal Basınındaki Gazetelerin ve İnternet Haber Sitelerinin Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

Şekil 10'da görsel ögelerin Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin internet haber sitelerinin görsel bağlamını sağlayan metin, fotoğraf, renk ve tipografi ögelerinde dağılımın nasıl olduğunu gösteren Sankey diyagramı yer almaktadır. İlgili diyagramda, yapılandırılan tema- kod modeline göre Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber sitelerinden elde edilen veri setleri arasındaki korelasyon çok yönlü bağlantılar ile aralarındaki ilişkiselliği göstermektedir.

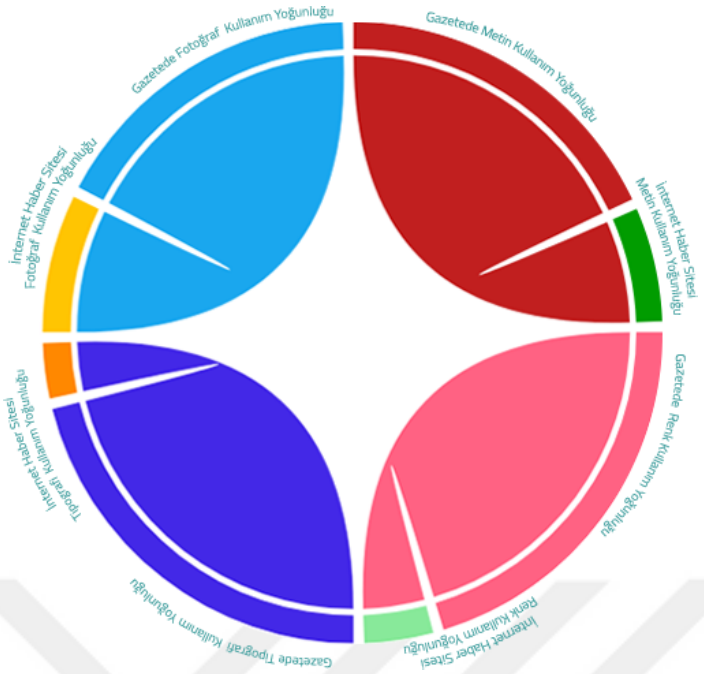
Araştırmanın üçüncü alt sorusu olan "iki haber mecrasında kullanılan görsel ögelerin kullanım biçimleri arasındaki ilişki nasıldır?" Sorusunun yanıtını şöyle açıklamak mümkündür: İlgili diyagram metin görünümü bağlamında incelendiğinde, veri setinde iki haber mecrasında ortak bağlamı sağlayan alt kategorilerden başlıkta metin kullanımında bir benzerlik görülmektedir. Her iki haber mecrasında da haber başlıkları büyük oranda sola hizalanarak ve yatay konumlandırma ile kullanılmaktadır. İncelenen internet haber sitelerinin hiçbirinde spot bulunmaması sebebiyle haberin spot görünümü bağlamında bu iki mecrayı karşılaştırmak mümkün olmamaktadır. Gazetelere göre internet haber sitesinde bulunan haber metinlerinin belirgin bir biçimde azalmış olması dikkat çekmektedir. İnternet haber sitelerinde gazetelere göre çok az oranda haber metni bulunması ayrı bir problem niteliği taşımasına karşın bulunan haber metinleri karşılaştırıldığında yine sola hizalı ve yatay konumlandırma ile kullanıldığı görülmektedir.

Tipografi görünümü bağlamındaki akış, ilgili diyagramdan incelendiğinde gerek gazetelerde gerekse de internet sitelerindeki başlık kullanımında yüksek oranda sans serif yazı karakterinin tümce düzeni içerisinde kullanıldığı tespit edilmiştir. Her iki haber mecrasında da manşet haberlerinin başlıklarında büyük harf kullanımı tercih edilmiştir. Manşet ve alt manşet haberlerinin başlıkları tümü büyük harf olarak yazılırken diğer haberlerin başlıklarında tümce düzeni benimsendiğini söylemek mümkündür. İncelenen internet haber sitelerinin hiçbirinde spot bulunmaması nedeniyle spot görünümünü tipografik bağlamda karşılaştırmak mümkün olmamaktadır. Her iki haber mecrasında da haber metinlerinde kullanılan yazı karakterinin tümü sans seriftir.

Fotoğraf görünümü bağlamında Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile internet haber sitelerinin ana sayfasında bulunan fotoğraflar tamamıyla renkli fotoğraftan oluşmaktadır. Ancak internet haber sitesinde siyah beyaz fotoğraf kullanımına da rastlanmaktadır. Her iki haber mecrasında da stok fotoğraf kullanım oranı tutarlılık göstermektedir. Her iki

haber mecrasında da kolaj kullanımı sınırlıdır. Buna benzer biçimde yazar fotoğrafı kullanım miktarı iki mecra içinde de tutarlılık göstermektedir. Fakat internet haber sitesinde yazar fotoğraflarında siyah beyaz kullanımla karşılaşılırken incelenen gazetelerde böyle bir kullanımdan bahsedebilmek mümkün değildir. Her iki mecra için de dekupe fotoğraf kullanımına bakıldığında ise bu kullanımın genellikle, bir haber için birden fazla haber fotoğrafı kullanılmak istendiğinde tercih edildiği görülmektedir. İki haber mecrasının farklılaştığı önemli bir nokta ise internet haber sitelerinde fotoğraf altı yazısının bulunmamasıdır. Haber fotoğrafı ile haber metin arasındaki ilişkiyi kurarak, haberin daha anlaşılır ve etkili bir şekilde iletilmesini sağlayan fotoğraf altı yazılarının Türk ulusal basınındaki internet haber sitelerinde bulunmadığı görülmektedir.

Renk bağlamında Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile internet haber sitelerinde renk kullanımı şu şekilde ifade etmek mümkündür: İnternet haber sitelerinde mavi, sarı, kırmızı renklerinin kullanımına yalnızca manşet ve alt manşet haberlerinin başlıklarında rastlanılmaktadır. Bu haberlerin dışında kalan haberlerin başlıkları büyük oranda siyah olarak kullanılmaktadır. Gazetelerde de benzer bir kullanım mevcuttur. Tıpkı internet haber sitelerinde olduğu gibi gazetelerde de manşet ve alt manşet haberlerin başlıklarında sarı, mavi ve kırmızı renkler daha fazla kullanılmakta diğer haberlerin başlıkları beyaz ya da siyah olarak kullanılmaktadır. Ancak bu noktada her iki haber mecrasında da haber başlıklarının sade bir imaja sahip olduğu düşünülmemelidir. Gazetelerdeki sınırlı alan daha esnek biçimde kullanılabildiği için haber başlıklarında arka fon olarak renk kullanılarak sadelik etkisi azaltılmaktadır. İnternet haber sitelerinde spot olmaması sebebiyle iki haber mecrası arasında karşılaştırma yapmak mümkün olmamaktadır. Her iki haber mecrasında da haber metinleri ağırlıklı olarak siyah tercih edilmektedir. İnternet haber sitesindeki haberlerin arka planlarında standart renk kullanımı bulunmaktadır. Gazetelerde ise bu durumun aksi söz konusudur. Gazetelerin ilk sayfasındaki haberlerin arka planlarında haber karışıklığının önüne geçebilmek için sıklıkla renklerden yararlanılmaktadır.

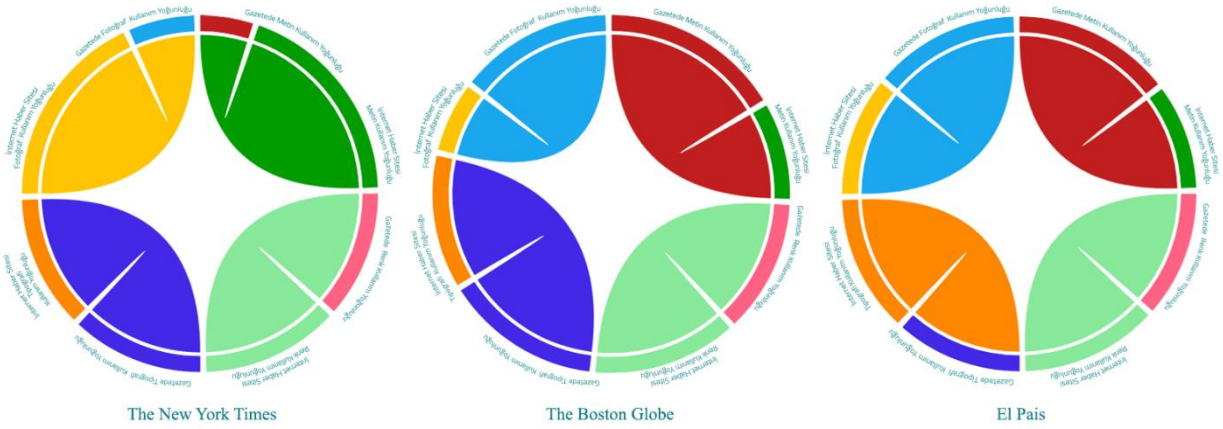


Şekil 11: Türkiye Ulusal Basınındaki Gazeteler ile İnternet Haber Siteleri Arasındaki Görsel Ögelerin Kullanım Yoğunluğunun Karşılaştırılması Olarak Gösteren Akor Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından flourish.studio uygulamasından oluşturulmuştur.

"Gazeteler ile internet haber sitelerinde kullanılan görsel ögelerin kullanım yoğunluğu birbirini tamamlayıcı nitelik taşımakta mıdır?" araştırma sorusu kapsamında Şekil 11'de gazeteler ile gazetelerin internet haber sitelerinde kullanılan görsel ögelerin yoğunluğunun haber mecrası ile olan ilişkisi birbiri ile orantılanarak ortaya konduğu akor diyagramı görülmektedir. Çalışmanın birinci aşamasında kendi bağlamında tema- kod modeli bağlamında incelenen gazeteler ve internet haber sitelerinden elde edilen veriler birbiri ile ilişkilendirildiğinde gazetelerde kullanılan metin, fotoğraf, tipografi ve renk ögelerinin daha yoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir. İnternette alanın sınırsız olması sebebiyle daha fazla içerik bulunduğu düşüncesinin aksine, birbiri ile karşılaştırıldığında bu iki mecra arasında veriler, gazetelerde tüm ögelerin daha yoğun olduğunu göstermektedir. Çoğunlukla haber sitelerinde haber metninin ve spotun bulunmaması, haberlere ait tek bir fotoğraf kullanılması ancak bu fotoğraflara ait fotoğraf altı yazıların bulunmaması, çoğunlukla sans serif yazı karakteri tercih edilmesi, gazetelerin renkli yapısına karşı internet haber sitelerinde bu renklerin bulunmaması gibi nedenler sebebiyle

gazeteler ile internet haber sitelerinin görsel ögelerin kullanım yoğunluğunun birbirini tamamlayıcı özellik barındırmadığı tespit edilmiştir.



Şekil 12: The New York Times, The Boston Globe ve El País Gazeteleri ile İnternet Haber Siteleri Arasındaki Görsel Ögelerin Kullanım Yoğunluğunun Karşılaştırılması Olarak Gösteren Akor Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından flourish.studio uygulamasından oluşturulmuştur.

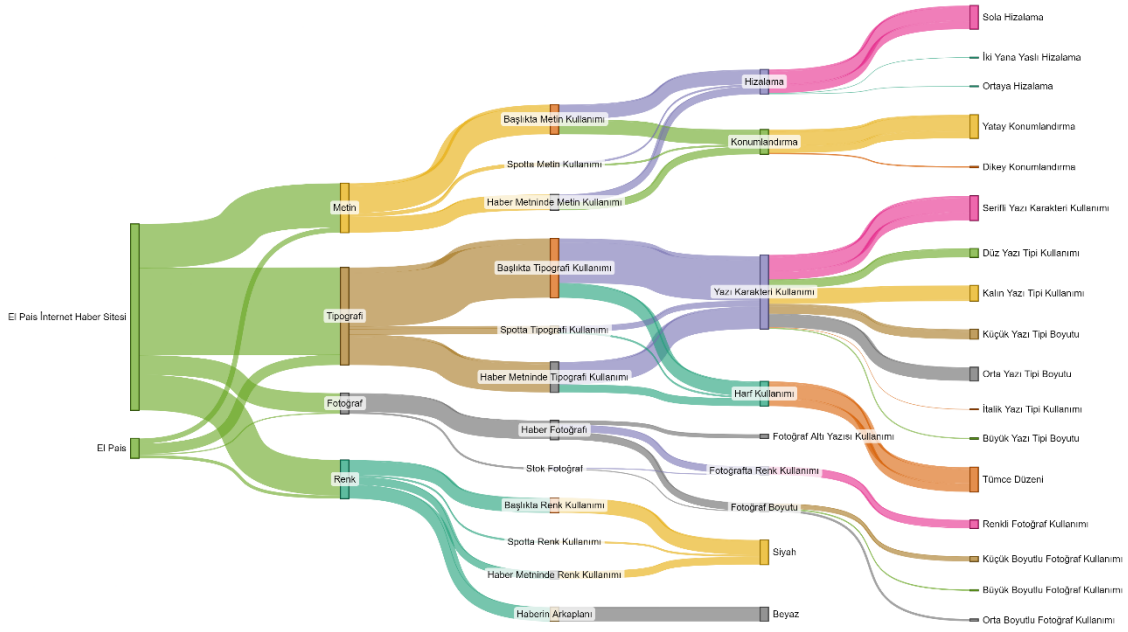
The New York Times gazetesi ikonik hale gelmiş tipografi kullanım biçimini web sitesinde de sürdürmektedir. Benzer şekilde fotoğraf kullanımı açısından da büyük benzerliklere sahiptir. Ayrıca internet haber sitesinde de tıpkı gazetede olduğu biçimde fotoğraf altı yazısı barındırmaktadır. Her iki mecrada da aynı renkleri kullanmaktadır. İki mecra arasındaki tek büyük fark metin kullanımındadır.

The Boston Globe gazetesi ve internet haber sitesinde aynı başlık ve haber metni kullanım anlayışını benimsemiştir. Benzer şekilde fotoğraf kullanımı, fotoğraf konumlandırma biçimi, fotoğraf altı yazısı yazılması ve yazıldığı biçim benzerlik göstermektedir. Tipografik ve renk bağlamında da her iki mecra birbirinin devamı niteliği taşımaktadır.

El País gazetesi ve internet haber sitesi haberleri ve fotoğrafları konumlandırma biçimleri bakımından büyük benzerlikler taşımaktadır. Renk kullanımı ve tipografi kullanımı ile de görsel kimliğini devam ettirmektedir.

The New York Times, The Boston Globe ve El País gazeteleri ile internet haber siteleri arasındaki görsel ögelerin kullanım yoğunluğunu, karşılaştırılmalı olarak gösteren akor diyagramı incelendiğinde de görsel öge kullanım yoğunluğu bakımından bir denge bulunduğu görülmektedir. Hem geleneksel mecrada hem de dijital ortamda tutarlı tasarımı ile öne çıkan bu üç gazete görsel kimliğini internet ortamında da koruyarak

birbirinin doğal bir uzantısı olarak yayın hayatını sürdürmektedir. Marka değerini koruyarak sürdüren gazetelere daha fazla örnek vermek mümkün olsa da değinilmek istenen noktanın bu üç gazete ile de anlaşılabildiğine inanılmaktadır.



Şekil 13: El País Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

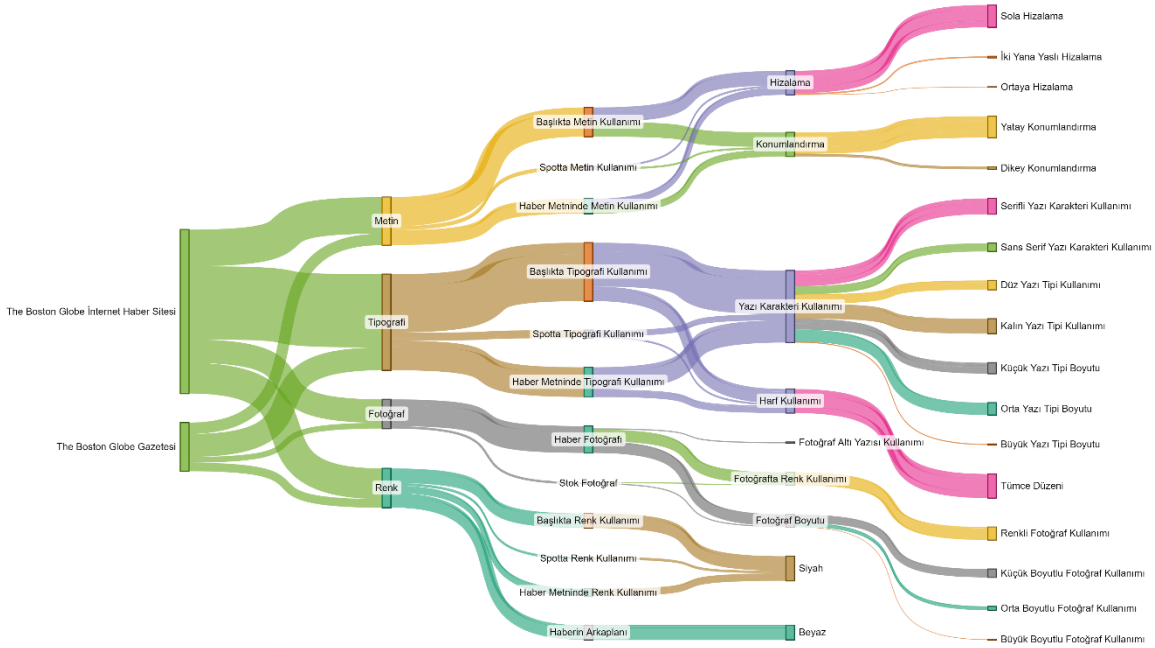
El País gazetesi ve internet haber sitesi arasındaki ilişkiyi gösteren Şekil 13'teki Sankey diyagramı tema- kod modeline uygun olarak yapılandırılmıştır.

El País gazetesi ve internet haber sitesi metin görünümü bağlamında incelendiğinde haber başlıklarının her iki haber mecrasında da sola yaslı ve yatay olarak kullanıldığı görülmektedir. Her iki haber mecrasında da sol üst köşede başlığına dikey biçimde yer verilen haber bulunmaktadır. Her iki haber mecrasında da bulunan spotlar sola yaslı ve yatay biçimde yer almaktadır.

El País gazetesi ve internet haber sitesi tipografi görünümü kapsamında ele alındığında hem gazetedeki hem internet haber sitesindeki tüm tipografik ögeler sans serif yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır. Yazı tipi boyutundaki farklılıklar her iki haber mecrasında da benzerlik göstermektedir. Benzer şekilde her iki haber mecrasında da tümce düzeni kullanılmaktadır. Her iki haber mecrasında da ağırlıklı olarak haber başlıkları kalın yazı karakteri ile haber metinleri düz yazı karakteri ile yazılmıştır.

El País gazetesi ve internet haber sitesi fotoğraf kullanımı bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da haber fotoğraflarının tamamının renkli olarak kullanıldığı gözlenmiştir. Her iki haber mecrasında da büyük ve orta boyutta kullanılan fotoğraflarda fotoğraf altı yazısı mevcuttur. Her iki haber mecrasında da kolaj ve dekupe fotoğraf kullanımı bulunmamaktadır. Her iki haber mecrasında da yazarlara ait fotoğraf bulunmamaktadır.

El País gazetesi ve internet haber sitesi renk kullanımı bağlamında incelendiğinde, her iki haber mecrasında tüm metinlerde siyah renk kullanılmıştır arka plan ise beyaz olarak tercih edilmiştir.



Şekil 14: The Boston Globe Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

The Boston Globe gazetesi ve internet haber sitesi arasındaki ilişkiyi gösteren Şekil 14'teki Sankey diyagramı tema- kod modeline uygun olarak oluşturulmuştur.

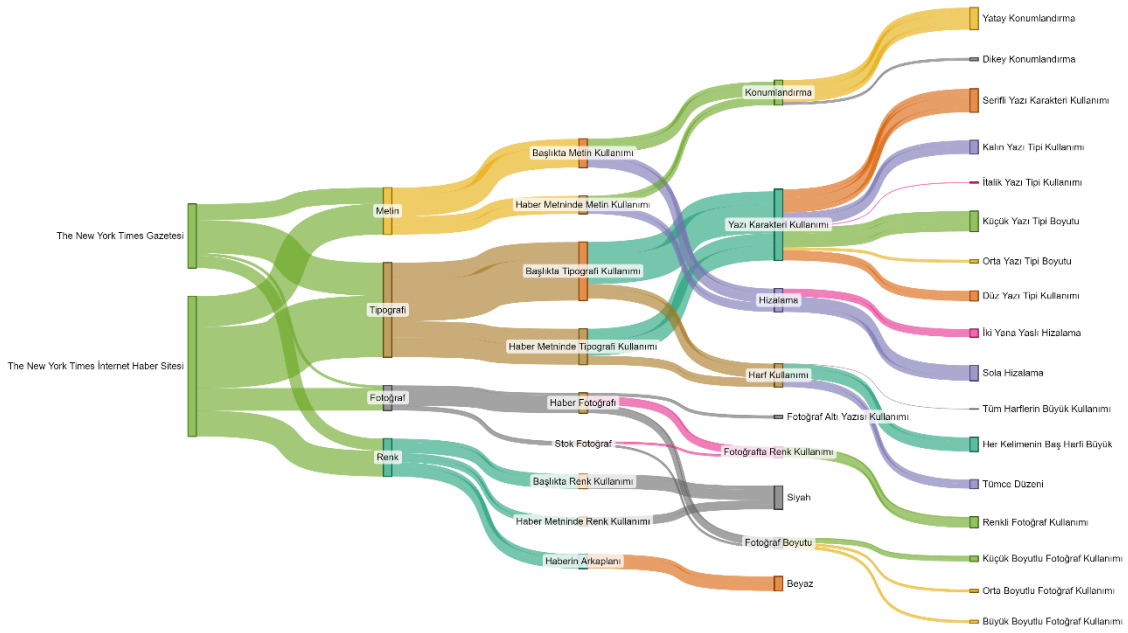
The Boston Globe gazetesi ve internet haber sitesi metin görünümü bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da haber başlıklarının büyük çoğunluğunun sola yaslı ve yatay olarak kullanılmış olduğu görülürken her iki haber mecrasında da birbiriyle paralel olacak miktarda dikey kullanım mevcuttur. Her iki haber mecrasında da bulunan spotlar sola yaslı ve yatay biçimde yer almaktadır. İki haber mecrası arasında metin

kullanımı bağlamındaki tek fark haber metinleri gazetede iki yana yaslı biçimde kullanılırken, internet haber sitesinde sola hizalı biçimde kullanılmasıdır.

The Boston Globe gazetesi ve internet haber sitesi tipografi görünümü kapsamında ele alındığında hem gazetedeki hem internet haber sitesindeki başlıklar hem sans serifli hem de serifli olarak kullanılmıştır. Her iki haber mecrasında da haber hiyerarşisi ile yazı karakteri kullanımı arasında paralellik bulunmaktadır. Her iki haber mecrasında da haber değeri yüksek haberlerin başlıklarında sans serifli yazı karakteri kullanılırken daha az öneme sahip haberlerin başlıklarında sans serif yazı karakteri kullanıldığı gözlemlenmiştir. Her iki haber mecrasında da haber başlıkları tümce düzeni içerisinde kullanılmıştır. İki haber mecrası arasında spot ve haber metinlerinin tipografik kullanımı bakımından farklılıklar bulunmaktadır. Gazetede bulunan spotlarda serifli ve düz yazı karakteri kullanılırken internet haber sitesinde bulunan spotlar sans serifli yazı karakteri ile kalın yazı tipi kullanılmaktadır. Gazetedeki haber metinlerinde yalnızca serifli yazı karakteri tercih edilirken internet haber sitesindeki haber metinlerinde sans serifli yazı karakteri de bulunmaktadır. Ancak haber metinlerinin düz ve küçük yazı karakteri kullanımı ve tümce düzeni içerisinde kullanılması benzerlik göstermektedir.

The Boston Globe gazetesi ve internet haber sitesi fotoğraf kullanımı bağlamında önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Gazetedeki haber fotoğraflarında fotoğraf altı yazısı bulunurken internet haber sitesinde bulunmamaktadır. Gazetede stok fotoğraf kullanımı bulunmazken internet haber sitesinde bulunmamaktadır. Fotoğraf bağlamında ilk göze çarpan fark fotoğraf kullanımındadır. Benzerlikler ise şu şekildedir: Gazetede oldukça az sayıda fotoğraf kullanılırken internet haber sitesinde fotoğraf kullanımı daha yoğundur. Her iki haber mecrası da incelendiğinde haber fotoğraflarının tamamının renkli olarak kullanıldığı gözlenmiştir. Her iki haber mecrasında da kolaj ve dekupe fotoğraf kullanımı bulunmamaktadır. Her iki haber mecrasında da yazarlara ait fotoğraf bulunmamaktadır.

The Boston Globe gazetesi ve internet haber sitesi renk kullanımı bağlamında incelendiğinde, her iki haber mecrasında da tüm metinlerde siyah renk kullanılırken arka plan rengi olarak beyaz olarak tercih edilmiştir.



Şekil 15: The New York Times Gazetesi ve İnternet Haber Sitesinde Görsel Bağlamı Sağlayan Ögeleri Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sankey Diyagramı

Kaynak: Yazar tarafından www.sankeymatic.com sitesinde oluşturulmuştur.

The New York Times gazetesi ve internet haber sitesi arasındaki ilişkiyi gösteren Şekil 15'teki Sankey diyagramı tema- kod modeline uygun olarak yapılandırılmıştır.

The New York Times gazetesi ve internet haber sitesi metin görünümü bağlamında incelendiğinde haber başlıklarında benzerlik yalnızca haber metinlerinin yatay konumlandırılmasında bulunmaktadır. Her iki haber mecrasında da spot kullanımı mevcut değildir. Haber metinlerinde de gazetede iki yana yaslı biçimde kullanım mevcutken internet haber sitesinde sola yaslı olarak kullanılmaktadır.

The New York Times gazetesi ve internet haber sitesi tipografi görünümü kapsamında ele alındığında hem gazetedeki hem internet haber sitesindeki tüm tipografik ögeler sans serif yazı karakteri kullanılarak yazılmıştır. Her iki haber mecrasında da haber başlıkları kelimelerin ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmıştır. Bu kullanım gazetenin görsel kimliğine özgü bir detay olarak karşımıza çıkmaktadır. Yazı tipi boyutundaki farklılıklar her iki haber mecrasında da benzerlik göstermektedir. Benzer şekilde her iki haber mecrasında da haber metinlerinde tümce düzeni kullanılmaktadır. Her iki haber mecrasında da ağırlıklı olarak haber başlıkları kalın yazı karakteri ile haber metinleri düz yazı karakteri ile yazılmıştır.

The New York Times ve internet haber sitesi fotoğraf kullanımı bağlamında incelendiğinde her iki haber mecrasında da haber fotoğraflarının tamamının renkli olarak kullanıldığı gözlenmiştir. Her iki haber mecrasında da birkaç haber fotoğrafının fotoğraf altı yazısı mevcuttur. Her iki haber mecrasında da kolaj ve dekupe fotoğraf kullanımı bulunmamaktadır. Her iki haber mecrasında da yazarlara ait fotoğraf bulunmamaktadır. Her iki haber mecrasında da düşük miktarda stok fotoğraf kullanımı mevcuttur ve bu stok fotoğraflar büyük boy olarak kullanılmamıştır.

The New York Times gazetesi ve internet haber sitesi renk kullanımı bağlamında incelendiğinde, her iki haber mecrasında tüm metinlerde siyah renk kullanılmıştır arka plan ise beyaz olarak tercih edilmiştir.

Tüm bu incelemeden ulaşılan sonuçlar dikkate alındığında, çalışmaya ait son alt soru olan dünyanın en bilinen köklü gazetelerinin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin birbiriyle olan ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin ve bu gazetelerin internet haber sitelerinin görsel ögeler bağlamındaki ilişkisindeki sorunlar nelerdir? Sorusunun yanıtını ise şu şekilde vermek mümkündür: Dünyadan örneklere bakıldığında internet haber siteleri ile gazeteler arasında yayın markasını temsil eden metin görünümü, tipografi görünümü, fotoğraf kullanımı, renk paleti kullanımı özellikleri birbiri ile tutarlıdır. Türkiye ulusal basınına bakıldığında ise gazetelerde yoğun bir biçimde içeriğin hâkim olduğu vitrin sayfa düzeni tercih edilmekte bu sebeple de tüm görsel ögeler yoğun biçimde kullanılmaktadır. Ancak bu yoğun kullanım web haber sitelerinde sürdürülmemektedir. Ayrıca gazetelerin yoğun ve sürekli değişen yapısı sebebiyle gazete ile bütünleşik bir web haber sitesini olanaksız hale gelmektedir. İnternet haber sitelerinde ise standart web şablonları kullanılmakta olup gazetenin görsel kimliğini sürdürecek öge kullanım biçimleri bulunmadığı gibi haber metni yetersizliği sebebiyle bir internet haber sitesi niteliği eksikliği yaşadığı da görülmektedir.

SONUÇ

Bir gazetenin tercih edilmesi için yalnızca kaliteli haber üretimi yeterli olmamaktadır. Göz önünde bulundurulması gereken önemli faktörlerden biri gazetenin sahip olduğu görünümüdür. Gazetenin sahip olduğu bu görünüm, görsel ögelerin biçimsel özelliklerinin, özgün bir bağlam içerisinde bir araya getirilmesiyle şekillenmektedir. Çünkü görsel ögeler, "dünyayı anlamlandırma ve iletişim kurma" biçiminin merkezinde yer almaktadır (Kenix, 2013, s.837). Bu görsel bağlamı sağlayan ögelerin, benimsenen biçimsel özellikleri ise gazetenin görsel kimliğini oluşturmaktadır. Gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinin de tıpkı gazetelerde olduğu gibi kullanılan görsel ögeler arasında belirli bağlama sahip olmaları gerekmektedir. Tıpkı bir gazetede olduğu gibi, bir internet haber sitesinde de görsel ögeler ön plana çıkmaktadır. İnternet sitesi tasarımında bazı farklı teknik kurallar bulunuyor olsa da görsel tasarımın birçok ilkesi bu yeni mecraya uyarlanabilmektedir (Ambrose & Harris, 2019, s. 174). Bir haberin gazete yerine ekranda görüntüleniyor olması, onun gazetedeki sunumundan tamamen farklı ve bağımsız olacağı ve yıllardır kabul görmüş görsel kimliğinden muaf olacağı anlamına gelmemektedir. Haberin gazetedeki görsel sunumuna ilişkin uyulması gerekli görsel ögelerin özgün biçimsel özellikleri, internet haber sitesi için de önem taşımaktadır ve internet ortamında da bu biçimsel özelliklerin dikkate alınması gerekmektedir. McLuhan'ın ortam mesajdır paradigmasında da belirttiği gibi mecra söz konusu olduğunda görünüm aslında içeriğin kendisidir. Bu sebeple haberin yayımlandığı mecra ve ortamın yapısı, iletişim üzerindeki etkisinin dikkate alınması gerekmektedir. Bu paradigmadan yola çıkıldığında haber mecralarındaki haberlerin görsel sunumunun öneminin küçümsenmemesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Bu tez çalışmasında da Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel medya mecralarından gazetelerin sahip oldukları görsel kimliklerini bu gazetelerin dijital yüzü olan internet haber sitelerinde barındırıp barındırmadıklarını ortaya koymayı amaçlanmıştır. Bunu yaparken Türkiye ulusal basınında yer alan geleneksel medya mecralarından gazetelerde ve internet haber sitelerinde kullanılan görsel ögelerin biçimsel bağlamı irdeleyerek açıklanmaya çalışmıştır. Bu noktadan hareketle çalışmada, "Türk ulusal basınındaki gazeteler, temel görsel ögeleri kullanım biçimleri ile ortaya koydukları görsel kimliği internet haber sitelerinde taşımakta mıdır?" ana sorusuna yanıt

aranmıştır. Araştırmanın ana sorusuna yardımcı olacak beş araştırma sorusu formüle edilmiş ve bulgular bölümünde bu sorulara açıklık getirilmiştir. Bu soruların yanıtlanabilmesi için çalışmanın örneklemini oluşturan Sabah, Hürriyet, Sözcü, Türkiye ve Akşam gazeteleri ve bu gazetelere ait internet haber siteleri görsel ögeler ekseninde analiz edilmiştir. Bu analiz, verileri belirgin biçimde tanımlanabilir hale getiren görsel bir temsil aracılığıyla ortaya konmuştur. Bu görsel temsilde, çalışmanın verilerini en iyi şekilde sunacağı düşünülen Sankey diyagramı kullanılarak, veri akışları ve ilişkiler arasındaki bağlantılar net bir biçimde gösterilmiştir. Elde edilen araştırma bulguları sonucunda ortaya çıkan görsel kimlik yapısı, görsel bağlamı sağlayan ögeler aracılığıyla ortaya konmuştur. Yapılan analizler sonucunda Türkiye ulusal basınındaki gazeteler ile bu gazetelerin internet haber siteleri arasındaki görsel bağlamın düşük olduğu tespit edilmiştir. Türk ulusal basınındaki gazetelerin temel görsel ögeleri kullanım biçimleri ile ortaya koydukları görsel kimliğin, internet haber sitelerindeki görsel kimlik ile bağdaştırılmadığı ortaya konmuştur. Her iki haber mecrasında da benzer biçimde kullanılan görsel ögelerin kullanım yoğunlukları karşılaştırıldığında bir uyumsuzlukla karşılaşılmıştır. Bu sonucun çıkartılmasındaki bir diğer karar verici tespit ise gazetelerde bulunan fakat internet haber sitelerinde yer verilmeyen görsel ögeler olmuştur. Bir internet haber sitesinde çok az haber metnine yer verilmesi, spot metinlerine yer verilmemesi, fotoğrafların haber için yeterince ilintili olmaması, spot fotoğraf kullanımına eğilimin yüksek olması, fotoğrafların fotoğraf altı yazılarının bulunmaması, gazeteye özgü renk paletinin internet haber sitesine taşınmaması, karakteristik tipografi kullanımı bulunmaması bütüncül bir görsel kimlik yaklaşıma engel olmaktadır. Bu noktada Türkiye ulusal basınındaki gazetelerde görsel ögelerin aralarındaki ilişkinin anlamlı olmadığını belirtmek oldukça önemlidir. Görsel ögeler arasındaki bu düşük ilişkiden kaynaklı olarak Türkiye ulusal basınındaki gazeteler görsel kimliğini iletmede yetersiz kalmaktadır. Bu görsel ögelerin noksanlığı, görsel kimliğin aktarılmasında zayıflıklara sebep olduğu gibi internet haber sitesinin taşıması gereken haber niteliklerinde de eksiklikler ve tutarsızlıklar meydana getirmektedir. Her iki haber mecrasında da görsel ögelerin kullanımındaki tutarsızlıkların, okurların içeriğin önemini ve anlamını hızlı ve doğru bir şekilde yorumlamasını zorlaştırabileceğini, bu durumun da görsel kimlik açısından olumsuz bir izlenim yaratabileceğini söylemek mümkündür.

Kirişcan vd.'nin 2020 yılında yaptığı benzer bir araştırmada, Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin görsel kimlik belirteçlerini çok az taşıdığını ve bu gazeteleri birbirlerinden ayırt etmenin oldukça güç olduğunu ancak buna rağmen az da olsa görsel kimliğin yarattığı farklılıkları barındırdıklarına değinirken Türk ulusal basınındaki gazetelerde görsel kimlik farklılığının çok az olsa da bulunduğunu ancak internet haber sitelerinin tasarım açısından birbirleriyle tamamen aynılaştığını sonucuna ulaşarak Türkiye ulusal basınındaki gazetelerin internet haber sitelerinin "anonimleştiğini" vurgulamaktadırlar.

Elbette internet ortamının sağladığı pek çok teknolojik yetkinlik bulunduğu bilinmekte ve bu nedenle bir gazete ile internet haber sitesinin tasarımlarının birebir aynı olması beklenmemektedir. Öte yandan birbirinden bağımsız ve görsel kimlikten yoksun iki farklı mecra olarak da görülmemelidir. Gazeteler yıllar boyunca bir görsel kimlik inşa etmiş olmalı ve bu görsel kimliği eşgüdümlü olarak internet haber sitelerinde kullanmayı sürdürmelidirler.

Yapılan sistematik analizler sonucunda elde edilen tespitler ışığında incelemenin daha kapsamlı bir şekilde ele alınabilmesi için yabancı gazeteler ve bu gazetelerin internet haber siteleri incelenerek çalışmaya ışık tutan bir perspektif kazandırmıştır. Dünyanın en köklü ve tasarımlarında karakteristik özellikler barındıran bu gazeteler ve bu gazetelerin internet haber siteleri analiz edilmiş ve bu gazetelerin görsel bağlamı sağlayan ögeler aracılığıyla inşa ettikleri görsel kimlikleri internet haber sitesi formatına taşıdıkları saptanmıştır. Bu süreci elbette ki internetin sağladığı avantajları da kullanarak yürüttükleri görülmüştür. İnternet haber sitesi temasıyla kurgulanarak gazetenin görsel kimliği de bu yeni haber mecrasına taşınmıştır. Bu gazeteler, haber metinlerinin görsel sunumunu, karakteristik tipografik tercihleri, fotoğraf kullanım ve konumlandırma biçimlerini, özgün renk paleti kullanımları, kendi özgün görsel duruşlarına sahip çıkarak kullanmayı sürdürürken aynı zamanda bir haber için önem arz eden haber metni, haber spotu, haber fotoğrafı, fotoğraf altı yazısı, doğru tipografi kullanımı gibi ögeleri de göz ardı etmeden habercilik değerlerini, koordineli bir biçimde internet haber sitelerinde de kullanmayı sürdürmektedirler.

Dünyadan başarılı örneklere bakıldığında internet haber siteleri ile gazeteler arasında yayın markasını temsil eden metin görünümü, tipografi görünümü, fotoğraf kullanımı, renk paleti kullanımı özellikleri birbiri ile tutarlıdır. Türkiye ulusal basınına bakıldığında ise gazetelerde yoğun bir biçimde içeriğin hâkim olduğu vitrin sayfa düzeni tercih

edilmekte bu sebeple de tüm görsel ögeler yoğun biçimde kullanılmaktadır. Ancak bu yoğun kullanım web haber sitelerinde sürdürülmemektedir. Ayrıca gazetelerin yoğun ve sürekli değişen yapısı sebebiyle gazete ile bütünleşik bir web haber sitesini olanaksız hale gelmektedir. İnternet haber sitelerinde ise standart web şablonları kullanılmakta olup gazetenin görsel kimliğini sürdürecek öge kullanım biçimleri bulunmadığı gibi haberin görsel sunumunu tamamlayıcı ögelerin oldukça yetersiz olması sebebiyle bir internet haber sitesi niteliği eksikliği yaşadığı da görülmektedir.

Yabancı gazete örneklerinde görüldüğü gibi bu iki mecra, gazetelerin yıllar boyu inşa ettiği kendilerine özgü görsel kimliklerini, habercilik değerini koruyarak devam ettirmektedir. Her haber medyası bir tasarım yönergesi oluşturulmalıdır. Bu tasarım yönergesi tutarlı bir görsel düzeni sağlayarak özgün bir görsel deneyim sağlamak amacıyla oluşturulmuş kurallar ve standartlar bütünüdür. Bu tasarım yönergesi hem basılı hem de dijital mecralarda tutarlı bir şekilde uygulanmalıdır (Ibrahim & Ibrahim, 2018, s. 167). Türkiye ulusal basınındaki gazeteler de sahip oldukları görsel kimlikleri internet web haber sitelerine görsel bağlam çerçevesinde entegre etmeli, standart web şablonu görünümünden uzaklaşarak gazetecilik değerlerine sahip, görsel kimliği bulunan web haber siteleri inşa etmelidirler.

KAYNAKÇA

Adobe Resmî İnternet Sitesi (2023). Akışkan mizanpajlar ve alternatif mizanpajlar. Adobe. https://helpx.adobe.com/tr/indesign/using/alternate-layouts-liquid-layouts.html Erişim Tarihi 26/03/2024

Akşin, S. (1997). *Ana çizgileriyle Türkiye'nin yakın tarihi 2. 1789-1980* (1. Cilt). İstanbul: Yenigün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık.

Akşin, S. (1997). *Ana çizgileriyle Türkiye'nin yakın tarihi 2. 1789-1980* (2. Cilt). İstanbul: Yenigün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık.

Altay, D. (2005). Kadife karanlık. N. Rigel (Ed.), *Kadife karanlık* (ss. 9-48). İstanbul: Su Yayınları.

Amar, P. J. (2009). *Basın fotoğrafçılığı* (İ. Çınarlı, Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Ambrose, G., & Harris, P. (2005). *Layout*. Switzerland: AVA Publishing.

Ambrose, G., & Harris, P. (2017). *Grafik tasarımın temelleri* (M. E. Uslu, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.

Ambrose, G., & Harris, P. (2019). *Grafik tasarımda sayfa düzeni* (D. Beykal İz, Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.

Anderson, K. J. (2024). What is news? Exploring differences in how younger and older cohorts use news in today's media environment. *Communication Research and Practice*, 1–21. https://doi.org/10.1080/22041451.2024.2344997

Arıcan, M. Z. (2001). *Haber fotoğrafını oluşturan öğeler açısından Türkiye ulusal basınında fotoğraf seçim ölçütlerinin belirlenmesi* (Doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Arıcan, M. Z. (2004). *Haber fotoğraflarını oluşturan ögeler ve Türkiye ulusal basınında gazete haber fotoğraflarının seçim ölçütlerinin belirlenmesi ve değerlendirilmesine yönelik bir uygulama*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.

Arıcan, M. Z. (2007). Bilgi paylaşım aracı olarak fotoğraf. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (2), 309-324.

Arıkan, A. (2009). *İmgeden baskıya grafik tasarım*. Konya: Eğitim Kitabevi.

Arntson, A. A. (2007). *Graphic design basics*. Belmont: Thomson Wadsworth.

Baker, L. M. (2006). Research methods. *Library Trends, 55*(1), 22–45.

Baker, M. J., & Balmer, J. M. T. (1997). Visual identity: Trappings or substance? *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 366–382. https://doi.org/10.1108/eb060637

Barry, A. M. (2020). Perception theory: A neurological perspective on visual communication. In S. Josephson, J. Kelly, & K. Smith (Eds.), *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media* (pp. 3-27). London: Routledge.

Barthes, R. (2016). *Camera lucida fotoğraf üzerine düşünceler* (R. Akçakaya, Çev.). İstanbul: Altıkırtbeş Yayın.

Başkut, C. F. (1967). *Gazetecilik dersleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü Yayınları.

Başol, G. (2008). Bilimsel araştırma süreci ve yöntem. O. Kılıç & M. Cinoğlu (Eds.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 113-142). Lisans Yayıncılık.

Beaird, J. (2020). *The principles of beautiful internet design*. Canada: SitePoint.

Becer, E. (2011). *İletişim ve grafik tasarım*. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

Bedir Erişti, S. (2017). *Yeni medya ve görsel iletişim tasarımı*. Ankara: Pegem Akademi.

Belyh, A. (2023). The 19 most popular types of İnternet sites (2024 Report). *FounderJar*. https://www.founderjar.com/types-of-internetsites/. Erişim Tarihi 15/06/2024.

Bettaieb, D., & Alsobahi, A. (2022). Use of design theories and principles in visual brand identity elements in commercial and retail banks. *Journal of Visual Art and Design, 14*(2), Article 8. https://doi.org/10.5614/j.vad.2022.14.2.8

Bonyadi, A., & Samuel, M. (2013). Headlines in newspaper editorials: A contrastive study. *SAGE Open, 3*(2). https://doi.org/10.1177/2158244013494863

Bosler, D. (2012). *Mastering type*. HOW Books.

Bourse, M., & Yücel, H. (2012). *İletişim bilimlerinin serüveni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Brainard, S. (1998). *A design manual*. Prentice-Hall.

Brinck, T., Gergle, D., & Wood, S. D. (2002). *Designing internet sites that work: Usability for the internet*. San Diego: Academic Press.

Bringhurst, R. (1996). *The elements of typographic style*. Hartley and Marks Publishers.

Bulut, S. (2007). *Hürriyet gazetesi: 1948-1953 döneminin yayın politikası* (Doktora tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Burger, J. (1993). *Desktop multimedia bible*. Addison-Wesley Publishing Company.

Byttebier, S. (2019). Handout on captions and cutlines. *Digital Media Engagement*. https://sites.bu.edu/dme/handout-on-captions-and-cutlines/ Erişim Tarihi 15/05/2024.

Caldwell, C., & Zappaterra, Y. (2014). *Digital and print editorial*. Laurence King Publishing Ltd.

Campbell, J. T. (2018). *Internet design introductory*. Cengage Learning.

Chatto, S. B. (2019). *Beginners guide to İnternet design*. First Flow City House.

Clarke, G. (2017). *Güzel sanatların bir dalı olarak fotoğraf* (Aydemir M. M., Çev.). Hayalperest Yayınevi.

Cottom, J., Zabaleta, I., Zurbruegg, C., Stretz, J., & Blume, S. (2020). *User manual: Waste flow diagram (WFD): A rapid assessment tool for mapping waste flows and quantifying plastic leakage*. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

Craig, J., Skala, I. K., & Bevington, W. (2006). *Designing with type: Essential guide to typography*. Watson-Guptill Publications.

Czitrom, D. J. (1982). *Media and the American mind: From Morse to McLuhan*. University of North Carolina Press.

Dağıtmaç, M. (2010). *İnternet sitelerinde başarı kriterleri ve yükseköğretim kurumlarının İnternet siteleri* (Yüksek lisans tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Daniel, D., & West-Mitchell, K. (2024). The Sankey diagram: An exploratory application of a data visualization tool. *Transfusion Medicine Illustrated*, *64*(6), 967-968. https://doi.org/10.1111/trf.17803

Davis, L. J. (1983). *Factual fictions: The origins of the English novel*. University of Pennsylvania Press.

December, J. (2023, June 19). Introduction to the internet as a communication system. *johndecember.com*. http://www.december.com/present/internetabs.html Erişim Tarihi 01/06/2024.

Dere, Ö. F. (2018). *Yeni başlayanlar için rık'a yazı metodu*. İnkılap Yayınevi.

Derezovskiy, I. D., Shaimov, N. D., Lomazova, I. A., & Mitsyuk, A. A. (2024). *Merging directly-follows graphs and Sankey diagrams for visualizing acyclic processes*. HSE University, Faculty of Computer Science PAIS Lab.

Derman, İ. (2010). *Fotoğraf ve gerçeklik*. Hayalbaz Kitap.

Dilidüzgün, Ş. (2010). *Metindilbilim ve Türkçe öğretimi: Uygulamalı bir yaklaşım*. Morpa Kültür Yayınları.

Dilmen, N. E. (2012). Yönetenler açısından Türkiye'de internet gazeteleri ve haber portalları üzerine bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. https://doi.org/10.17064/iüifhd.04243

Doğramacıoğlu, H. (2021). Millî Mücadele ve Hâkimiyet-i Milliye gazetesi. *Edebi Eleştiri Dergisi, Takvîm-i Vekâyi'den 1928 yılına süreli yayınlar ve edebiyat özel sayısı*, 56-65. https://doi.org/10.31465/eeder.994191

Dyson, M. C., & Kipping, G. J. (1998). The effects of line length and method of movement on patterns of reading from screen. *Visible Language*, *32*, 150-181.

Edgerly, S., & Vraga, E. K. (2019). News, entertainment, or both? Exploring audience perceptions of media genre in a hybrid media environment. *Journalism*, *20*(6), 807-826. https://doi.org/10.1177/1464884917730709

Ellis, M. (2022). The 9 most popular types of internetsites and what they include. *99designs*. https://99designs.com/blog/internet-digital/types-of-internetsites/ Erişim Tarihi 15/05/2024.

Ereke Coşar, B. (2017). *Yeni medya ve sahiplik yapısı: Türkiye'de internet haberciliği örneği* (Yüksek lisans tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Espejo, C. (2011). European communication networks in the early modern age: A new framework of interpretation for the birth of journalism. *Media History*, *17*(2), 189-202. https://doi.org/10.1080/13688804.2011.554730

Evans, P., & Thomas, M. (2013). *Exploring the elements of design*. Cengage Learning.

Felke-Morris, T. (2019). *Basics of internet design: HTML5 & CSS*. Pearson.

Fuller, J. (1996). *News values: Ideas for an information age*. University of Chicago Press.

Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of International Peace Research*, *1*(1), 64-91.

Garcia, M. (2002). *Pure design*. Miller Media.

Gaste Arşivi (y.y.). Akşam gazetesi arşivi. https://www.gastearsivi.com/gazete/aksam adresinden alındı.

Gentry, M. (2017). *Hello design world: A visual internet design guidebook for developers*. https://www.amazon.com/dp/B06XQRY9 Erişim Tarihi 15/05/2024.

Gezer, Ü. (2019). Çağdaş sanat ve tasarım eğitiminde görsel tasarım ögeleri ve ilkeleri. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, (40), 595-614.

Gezgin, S. (2002). Geleneksel basın ve internet gazeteciliği. S. Yedig & H. Akman (Ed.), *İnternet çağında gazetecilik* (ss. 229-236). Metis Yayınları.

Gezgin, S. (2004). Gazeteciliğin ve Türk yazılı basının kısa tarihsel perspektifi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 11-24.

Giles, V., & Hodgson, F. W. (1996). *Creative newspaper design*. Focal Press.

Gönenç, Ö. (2004). *Medya dünyası*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Gönenç, Ö. (2010). *Dünya medyası*. Truva Yayınları.

González Fernández, S. (2021). Estrategias comunicativas para informar y crear engagement en Instagram: El caso del periódico El País. *Razón y Palabra*, *24*(109). https://doi.org/10.26807/rp.v24i109.1709

Griffith, S. (2021). *Electrify: An optimist's playbook for our clean energy future*. The MIT Press.

Gruszynski, A., Damasceno, P., Sanseverino, G. G., & Bandeira, A. R. (2016). Newspaper design: Professional skills from print to multiplatform. *Brazilian Journalism Research*, *12*(3), 34–55.

Güngör, N. (2020). *İletişim kuramlar ve yaklaşımlar*. Siyasal Kitapevi.

Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is news? *Journalism Studies*, *18*(12). https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193

Holtzschue, L. (2009). *Rengi anlamak: Tasarımcılar için kılavuz kitap* (Akdenizli F., Çev.). Duvar Yayınları.

Hough, G. A. (1984). *News writing*. Houghton Mifflin Company.

Hünerli, S. (1993). *Türkiye'de gazete karikatürünün durumu ve siyasi karikatürün söylemi* (Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Ibrahim, H., & Ibrahim, T. (2018). Arabic typography and visual identity in online newspaper: Case study in the Egyptian online journalism. *Acta Graphica*, 28(4), 149-168.

İhlas Gazetecilik (2024). Tarihçe. https://www.ihlasgazetecilik.com.tr/tarihce adresinden alındı. Erişim Tarihi 20/05/2024.

Jean, G. (2023). *Yazı insanlığı belleği* (Başer N., Çev.). Yapı Kredi Yayınları.

Kalsın, B. (2016). Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, *12*, 75-94.

Kaplan, S. (2000). *İnternet sayfa tasarımında görsel bildirişim sistemlerinin işlevsel açıdan incelenmesi: İnönü Üniversitesi için İnternet sayfa tasarımı* (Yüksek lisans sanat eseri çalışma raporu, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Kavaklı, N. (2005). *Bir gazetenin tarihi: Akşam*. Yapı Kredi Yayınları.

Kenix, L. J. (2013). A converging image? *Journalism Studies*, *14*(6), 835-856. https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.754239

Kılıç, L. (2019). *Fotoğrafa başlarken*. Dost Kitapevi Yayınları.

Kılıç, S. (2019). *İnternetin ekonomi politiği ve Türkiye'de internet gazeteciliği*. Nobel Yayıncılık.

Koçak, F. S. (1993). *Sabah gazetesi'nin Türk basınındaki yeri* (Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Koloğlu, O. (1992). *Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de basın*. İletişim Yayınları.

Koloğlu, O. (2010). *Osmanlı dönemi basının içeriği*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Küçüközyiğit, U. (2014). *Haber üretim sürecinde 'haber kararı' ve karar aşamasında öne çıkan faktörler* (Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective headlines of newspaper articles in a digital environment. *Digital Journalism*, *5*(10), 1300–1314. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978

Lal, R. (2017). *Digital design essentials: 100 ways to design better desktop, internet, and mobile interfaces*. Rockport Publishers.

Lawler, B. P. (2006). *Masaüstü yayıncılık ve basım kılavuzu* (Çömlekçi M., Çev.). Alfa Kitap.

Levinson, P. (1999). *Digital McLuhan: A guide to the information millennium*. Routledge.

Lewis, B. (1993). *Modern Türkiye'nin doğuşu* (Kıratlı M., Çev.). Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Liamputtong, P. (2023). *How to conduct qualitative research in social science*. Edward Elgar Publishing.

Lopuck, L. (2006). *Internet design for dummies*. Wiley Publishing.

Machin, D., & Niblock, S. (2008). Branding newspapers. *Journalism Studies*, *9*(2), 244-259. https://doi.org/10.1080/14616700701848287

Mazlum, F. S. (2006). *Masaüstü yayıncılık tasarım ve basım teknolojisine giriş*. Gazi Kitapevi.

McFedries, P. (2024). *İnternet design playground*. Manning Publications.

McLuhan, M., & Fiore, Q. (2019). *Yaradanımız medya (The medium is the massage)* (Oskay Ü., Çev.). Nora Kitap.

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2006). *Meggs' history of graphic design*. John Wiley & Sons, Inc.

Middlestadt, S. E., & Barnhurst, K. G. (1999). The influence of layout on the perceived tone of news articles. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 76*(2), 264-276.

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB). (2012). *İnternet tasarımı editörlüğüne giriş*. Millî Eğitim Bakanlığı.

Mongird, K. L., Oikonomou, K., Homer, J. S., & Rice, J. S. (2022). interflow: A Python package to organize, calculate, and visualize sectoral interdependency flow data. *Journal of OpenSource Software, 7*(74), 4336. https://doi.org/10.21105/joss.04336

Mora, N. (2012). Türk yazılı basınında haber anlayışı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 19*. https://doi.org/10.17064/iüifhd.38690

Müller, L. (2018). *Beyaz büyü: Kâğıdın çağı* (Altınçekiç S., Çev.). Koç Üniversitesi Yayınları.

Newhall, N. (1952). The caption: The mutual relation of words/photographs. *Aperture, 1*(1), 17-29.

Öğülmüş, S. (2019). İçerik çözümlemesi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES), 24*(1), 213-228. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000729

Önder, M. (1991). Millî Mücadele'nin gazetesi Hakimiyet-i Milliye nasıl çıkarıldı? *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, 7*(20), 285-302.

Onursoy, S. (2012). Türkiye'de medya. H. İ. Gürcan (Ed.), *Medya ve iletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Oppelt, J. (2023, May 19). What is a visual identity and why does it play a crucial role in branding? *The Branding Journal*. https://www.thebrandingjournal.com/2023/05/visual-identity/ Erişim Tarihi 07/05/2024.

Organ, N. (2024). *Data visualization for people of all ages*. CRC Press.

Ortaylı, İ. (2001). *Gelenekten geleceğe*. Ufuk Yayınları.

Ortaylı, İ. (2018). *İmparatorluğun en uzun yüzyılı*. Kronik Kitap.

Özçağlayan, M. (2014). Gazetelerin gelişimi ve gazeteciliğin geleceği: Yeni teknolojiler ve medya ekonomisi açısından genel bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi, 13*(13), 131-159.

Özcan, O. (1997). *Mimarlık ve multimedia*. Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi.

Özgen, M. (2000). İnternet ve Türkiye'de internet gazeteciliği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 10*.

Özkır, Y. (2013). Hürriyet gazetesinin kimliği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3*, 45-70.

Parker, R. C. (1999). *Amatörler için İnternet tasarım ve masaüstü yayıncılık*. Dünya Yayıncılık.

Powell, T. (2002). *İnternet design: The complete reference*. McGraw-Hill/Osborne Media.

Quinn, S. (2001). *Digital sub-editing and design*. Focal Press.

Rajaram, K., & Vakati, K. (2023). *Mass communication*. Telangana Govt. Textbook Press.

Rantanen, T. (2009). *When news was new*. John Wiley & Sons.

Reading: Length of line. (1929). *The Journal of Applied Psychology, 13*(3), 205-219.

Reese, S. D. (2001). Understanding the global journalist: A hierarchy-of-influences approach. *Journalism Studies, 2*(2), 173–187. https://doi.org/10.1080/14616700118394

Reese, S. D. (2009). Managing the symbolic arena: The media sociology of Herbert Gans. In Holtz-Bacha, C., Reus, G., & Becker, L. B. (Eds.), *Wissenschaft mit Wirkung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91756-6_20

Rigel, N. (2000). *İleti tasarımında haber*. Der Yayınları.

Şeker, M. (2004). *Kuramsal temeller ve uygulama ilkeleriyle sayfa düzeni*. Çizgi Kitapevi.

Shwake, E. (2023). 27 common types of internetsites (With templates to get you started). *Wix Blog*. https://www.wix.com/blog/types-of-internetsites Erişim Tarihi 08/05/2024.

Şimşek İşliyen, F. (2014). *Gazete tasarımının haberin algılanması ve anlamlandırılması üzerindeki etkisi* (Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Şimşek İşliyen, F. (2016). *Gazetelerin çizgisi*. Literatürk Academia.

Sırabaşı, V. (2007). *İnternet ve radyo-televizyon aracılığıyla kişilik haklarına tecavüz*. Adalet Yayınları.

Sklar, J. (2015). *Principles of internet design*. Cengage Learning.

Smock, J. (2018). Writing photo captions. *International Journal of Networked Journalism*. https://ijnet.org/en/resource/writing-photo-captions Erişim Tarihi 07/05/2024.

Sözcü (gazete). (2024, 1 Mayıs). *Wikipedia*. https://tr.wikipedia.org/wiki/Sözcü_(gazete)#Geçmişi Erişim Tarihi 07/05/2024.

Stephens, M. (2014). *Beyond news: The future of journalism*. Columbia Journalism Review Books.

Stewart, M. (2002). *Launching the imagination*. McGraw-Hill.

Suler, J., & Zakia, R. D. (2018). *Görme biçimi olarak fotoğraf algılama ve görüntüleme* (Ayteş, T. Çev.). The Kitap Sanat.

Swann, A. (1990). *How to understand and use design and layout*. North Light Books.

Taş, O. (1993). *Çağdaş gazete tasarımı*. Macro Yayınları.

The Guardian. (2011). Why are newspapers printed in columns? https://www.theguardian.com/notesandqueries/query/0,5753,-3964,00.html Erişim Tarihi 10/08/2024.

Tiryakioğlu, F. (2012). *Sayfa tasarımı ve gazeteler*. Detay Yayıncılık.

Tokgöz, O. (2013). *Temel gazetecilik*. İmge Kitapevi Yayınları.

Topuz, H. (1973). *100 soruda Türk basın tarihi.* Gerçek Yayınevi.

Treadwell, D., & Davis, A. (2019). *Introducing communication research: Paths of inquiry*. SAGE Publications.

Türk Medya. (2024). Akşam gazetesi: Türkiye'nin gazetesi. https://www.turkmedya.com.tr/aksam#:~:text=20%20Eyl%C3%BCl%201918'de%20Necmettin,g%C3%BCvenilir%20habercili%C4%9Fin%20simgesi%20haline%20gelmi%C5%9Ftir Erişim Tarihi 07/05/2024.

Uçar, T. F. (2004). *Görsel iletişim ve grafik tasarım*. İnkılap Yayınevi.

Unat, K. (2008). *Ulus, Yeni Ulus ve Halkçı gazeteleri ışığında Nihat Erim'in siyasi kişiliği ve gazeteciliği (1945-1955)* (Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library Trends, 55*(1), 22-45. https://doi.org/10.1353/lib.2006.0053

Wroblewski, L. (2002). *Site-seeing: A visual approach to internet usability*. Hungry Minds, Inc.

Wrona, K. (2015). Visual identity and rebranding. *MINIB*, 16(2), 91–119.

Yıldırım, H. (1992). İrade-i Milliye Gazetesi. Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, 8(23), 325-330.

Yıldız, A. (2012). Osmanlılar'da yazı çeşitleri. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 28, 47-62.

Youngman, M., & Scharff, L. (1998). Text width and margin width influences on readability of GUIs. *Southwest Psychological Association*, 1-4.

Yüksel, E. (2018). Haberin anatomisi. İçinde H. İ. Gürcan (Ed.), *Haberciliğin temel kavramları* (ss. 83-105). T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.

Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2009). Qualitative analysis of content. İçinde B. M. Wildemuth (Ed.), *Applications of social research methods to questions in information and library science* (ss. 1-12). Libraries Unlimited.

EK

Ek 1: Araştırma Bulgularının Elde Edildiği Dokümanlar

300 BİN KİTAP BU FESTİVALDE

TÜRKİYE'NİN kitapçısı idefix, geleneksel kitap festivalinin 22'ncisini düzenliyor. Dünya klasiklerinden çağdaş yazarlara, polisiyeden tarihe kadar 300 bin kitap nisan sonuna kadar okuyucularla buluşacak.

BİRLİKTE MUTLU TATİLİN ŞİFRELERİ

KOMŞUDA SOYULDULAR

SOSYETENİN ünlü isimleri Hakan-Evelize Kesif çifti, Yunanistan'da soyuldu. Selanik'te alışveriş merkezindeki otoparkta araçlarının camı kırılarak kolaylıkla çalınan...

ASLAN KOLTUĞU GERİ ALDI

SÜPER Lig de nefes kesen zirve yarışında G.Saray, Alanya deplasmanında ikinci yarıda kükredi. Aslan, Barış Alper (2), Ziyech ve Icardi'nin golleriyle liderliği bırakmadı.

SPOR'DA

4-0

Türkiye'nin en iyi gazetesi

SABAH

16 NİSAN 2024 SALI

www.sabah.com.tr Fiyatı: 10 TL

PES DEDİRTEN ARSIZLIK

Türkiye'yi sarsan teleferik kazasında CHP yönetimi, faciaya göz göre göre davetiye çıkaran sorumlulara sahip çıktı. Hesap sormak yerine cezaevi önüne destek çadırı kurdu

CHP'DE UTANDIRAN PİŞKİNLİK

FACİA sonrası eski ANET genel müdürü, yeni Kepez Belediye Başkanı Mesut Kocagöz'ün de aralarında bulunduğu 5 kişi "taksirle ölüm ve yaralanmaya neden olma" suçundan tutuklanmıştı. CHP yönetiminin cezaevi önüne çadır kurarak facianın sorumlularına destek vermesi "Pes artık" dedirtti.

ERDOĞAN ÖZTÜRK'ÜN HABERİ 11'DE

İMAMOĞLU VE ÖZEL'DEN DESTEK

CHP yönetimi, 174 kişinin ölümden döndüğü faciada sorumlulardan hesap sormak yerine olayı örtbas etmeye çalıştı. CHP lideri Özel "Başkanımız günah keçisi ilan edildi" derken İBB Başkanı İmamoğlu facianın sorumlusu eski ANET genel müdürünün tutuklanmasına tepki gösterdi.

Teleferik faciasında 5 kişinin tutuklanmasına CHP lideri Özel, İBB Başkanı İmamoğlu, Antalya Belediye Başkanı Böcek ve CHP İl Başkanı Kahtalı'dan destek çıktı. Ancak ...

CHP belediyeciliği felaketleri neden görmüyor?

ANTALYA'DAKİ teleferik faciasında CHP yönetiminin sorumlulara desteklemesi dehşet verici. Beşiktaş'ta gece kulübünde 29 kişi öldüğünde de hiçbir şey yokmuş gibi davranıdlar. Bu zihniyet değişmez.

MAHMUT ÖVÜR YAZDI 12'DE

BİR ABLAMIN DA BABASI MEDYADAN ÜNLÜ BİRİ

GÜNAYDIN

BABAM VICDANSIZ MERHAMETSİZ BİRİ

GÜNAYDIN'IN manşetleriyle ortaya çıkan büyük bir Türkiye'yi sarsıdı.

UĞUR DÜNDAR'A BABALIK DAVASI

Metin Akpınar'a babalık davası açan Duygu Nebioğlu'nun "Ablamın babası da ünlü gazeteci" dediği ismin Uğur Dündar olduğu ortaya çıktı

O GAZETECİ KİM?

ÜNLÜ sanatçı Metin Akpınar'ın yıllarca inkâr ettiği ancak DNA testiyle kızı olduğunu kabul ettiği Duygu Nebioğlu'nun GÜNAYDIN'a yaptığı açıklama gündeme bomba gibi düştü. Herkes birbirine aynı soruyu sordu: O gazeteci kim?

AYNI KADINLA YASAK AŞK

O ismi de yine GÜNAYDIN ortaya çıkardı. Gazeteci Uğur Dündar'a babalık davası açıldığı ve mahkemenin hazırlanda görüleceği belli oldu. Metin Akpınar ve Dündar'ın iyi arkadaş olduğu ve aynı kadınla yasak aşk yaşadığı iddiaları şaşkınlık yarattı.

"GEL, ANNEMİ BİRLİKTE BULALIM"

MÜGE ANLI'DAN DUYGU'YA DAVET

GÜNAYDIN'DAN BUYUK İŞ YAPTI

YILIN BOMBA HABERİ...

BATI, İSRAİL'E YİNE KALKAN OLDU

Batılı liderler, siyonist rejimin katliamlarına yıllardır göz yumarken, İsrail'e saldırı olunca havadan, karadan ve denizden destek oluyor

KATİL İsrail, 1 Nisan'da Şam'da İran elçiliğini vurmuş ve Batı bu hukuksuzluğu görmezden gelmişti. Cumartesi gecesi İran'ın yaptığı misilleme, ABD ve Avrupalı liderleri ayağa kaldırdı. İkiyüzlülük bir kez daha gözler önüne serildi. 9'DA

İran-İsrail oyunu sahnede

İRAN rejimi ne zaman tökezlese onu ayağa kaldıran bir savaş ortamı oluşturuluyor. Bu sahne çok aldatıcı. Bu iki ülke sahnede yine kapışıyor. Oraya odaklandığımızda korkarım yeni bir enerji ve finans krizine kör olacağız.

HAŞMET BABAOĞLU YAZDI 11'DE

GENÇ AVUKAT UYUŞTURUCU MADDE KURBANI

İSTANBUL'DA Avukat Batuhan Özer (27) ile kız arkadaşının evdeki alkollü birlikteliği kötü bitti. Sabah ölü bulunan genç avukatın alkolle birlikte uyuşturucu aldığı iddia edildi. 3'TE

NAİME NİNENİN MUTLULUĞU

HATAY'DA 60 yıl önce gelin olarak geldiği evi depremde yıkılan 80 yaşındaki Naime nine, yeni yuvasından mesaj verdi: Deprem sadece evimi değil anılarımı da yıkmıştı. Cumhurbaşkanımız, beni yıkılan 1 odalı evimden alıp saraya yerleştirdi. 10'DA

Akşener rüzgârı esti geçti

MERAL Akşener... Bir rüzgârdı. Esti geçti. Duygularımız onu uzun yıllar siyaset sahnesinde görmeyi arzulasa da... Mantığımız ve siyaset mezarlığı "güle güle" diyor. 7'DE

ERDOĞAN, YATIN ÖNÜNÜ EL SAHİ İLE GÖRÜŞTÜ

İSRAİL BİR AN ÖNCE DİZGİNLENMELİ

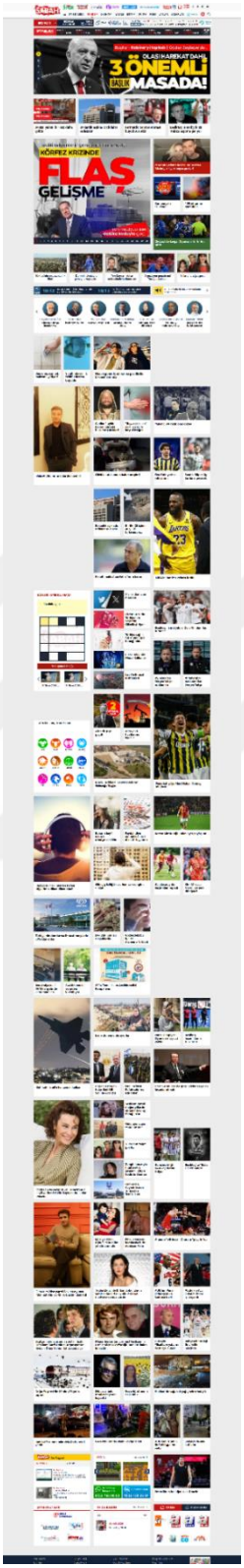
İSTİHDAM SAYISINDA BÜKÜN KIRILDI

İŞSİZLİK 2013'TEN BERİ EN DÜŞÜK SEVİYESİNDE

YASA TEKLİFİ İÇİN DÜĞMEYE BASILDI

FAHİŞ FİYATA KATMERLİ CEZA GELİYOR

Kaynak: https://www.gazeteoku.com/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.



Kaynak: https://www.sabah.com.tr/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.

ISSN 1305-0400

16 NİSAN 2024 SALI

FİYATI: 10 TL

www.turkiyegazetesi.com.tr

Türkiye

ASLAN Alanya'da kükredi

4-0

>> Galatasaray, deplasmanda karşılaştığı Alanyaspor'u Barış Alper (2), Ziyech ve Icardi'nin gollerivle geçti. Şampiyonluk yarışında hata yapmayan Cimbom, Fenerbahçe ile puan farkını korudu. SPOR'DA

30'A KATLADI

ALTIN YÜKSELDİKÇE KAÇAK ÇOĞALIYOR

Gümrük Muhafaza ekipleri yılın ilk üç ayında 8 milyar TL değerinde kaçak ürün ele geçirdi. Değerli maden yakalamada yüzde 2.600 artış yaşandı. Aynı dönemde 771 milyon liralık altına el konuldu. Altın fiyatlarının yükselmesinin kaçakçıların iştahını kabarttığı belirtiliyor 2'TE

UMUTCAN ÖRNEK OLDU

>> Nadir görülen Rett sendromlu Umutcan, 300 çocuğun umudu oldu. DİYARBAKIR 7'DE

TAVAN ARASI

İstanbul'u nakış nakış işleyenler

>> İstanbul'un Nakkaştepe semtine ismini veren Baba Nakkaş, tezhib ve bezemedeki ustalığıyla çağları aştı. İRFAN OZFATURA 6'DA

>> İSTİHDAMDA REKOR KIRILDI: 32 MİLYON 4 >> YASAK BAŞLADI, BALIK KIYMETE BİNDİ 16 >> LİGİN GİZLİ KRALI BATSHUAYI SPOR'DA

BUNLARI GÖREN YOK

Refah'a sığınan yaklaşık 1,5 milyon sivil, zor şartlar altında hayat mücadelesi veriyor.

Zulüm gerçek GERİSİ YALAN

İşte İran'ın iç boş füzeleri...

İran ile İsrail arasındaki "savaş tiyatrosu" Gazze'deki siyonist vahşeti perdeledi.

>> Dünya, İran ile göstermelik füze yağmuruna tuttuğu İsrail'i konuşuyor. Suriyeli muhalif general Ahmet Rahhal'a göre İran'ın İsrail'e attığı füzelerin içi boştu. Yere çakılan SİHA'lar da bombasızdı. Göstermelik saldırı, İsrail'e yeni işgal fırsatı sundu. Gazze'de ise zulüm sürüyor. Siviller katlediliyor, çocuklar açlıktan ölüyor. Siyonistler Refah'a saldırmanın planını yapıyor. İki tuğgay katliam için hazırlanıyor. YILMAZ BİLGEN 12'DE

>> CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN KATAR EMİRİ İLE GAZZE'Yİ GÖRÜŞTÜ 10

HÜKÛMETTEN FIRSATÇILARA KARŞI YENİ ADIM

FAHİŞ FİYATA CEZA ARTIYOR

>> Fahiş fiyat cezaları düşük kaldı, AK Parti düzenleme için düğmeye bastı

>> Cezalar katlamalı artacak. Kimse, ödeyip yeniden fırsatçılık yapamayacak

Ticaret Bakanlığı fırsatçılara geçen yıl 96 milyon lira bu yılın ilk üç ayında 35 milyon lira para cezası kesti.

EKONOMİ VE SEÇİM KABİNEDE

>> Seçim sonrası ilk kabine toplantısı bugün yapılacak. Ekonomi ve seçim sonuçları masada olacak. Atama bekleyen öğretmenin gözü de Beştepe zirvesinde... AYRINTILAR SAYFA 11'DE

>> Cezalar düşük geliyor

Çarşı, pazar, market cep yakıyor. Girdi maliyetlerinin artmamasına ve denetimlerin sıklaştırılmasına rağmen fahiş fiyat uygulamalarına devam ediliyor. AK Parti'nin hukukçuları ile Ticaret Bakanlığı cezaların düşük kalmasının, fırsatçıları cesaretlendirdiği gerekçesiyle yeni bir taslak çalışması başlattı.

>> Makas çok açıldı

AK Parti kurmayları "Ürünün çıkış fiyatı ile raftaki fiyatı arasında makas çok açıldı. Meydanı fırsatçılara bırakmayacağız. Cezaları katlamalı şekilde artıracağız. Deprem bölgesinde inşaat malzemelerinde fırsatçılık yapana 3,5 milyon liraya kadar ceza uygulanıyor. Benzer sistemi bütün Türkiye'de yapacağız" dedi.

EMRAH ÖZCAN'IN HABERİ >> 4'TE

BU SAVAŞ BAŞKA SAVAŞ!

İranlılar Van'da izdihama yol açtı

İranlı sanatçı Moein'in Van konserinde birbirlerini ezdiler.

>> İsrail ile yaşanan füzeli gerilimin ardından Tahran sokakları göstericilerle doldu. Van'da ise farklı bir 'savaş' vardı. Moein konseri için geldikleri spor salonunda izdihama yol açan İranlılar, itiş kalışta camı çerçeveyi indirdi. 16'DA

BİDEN, İSRAİL'E ACİL YARDIM İSTEDİ

ABD Başkanı, İsrail'e 14,3 milyar dolarlık yardımı içeren ek yardım paketinin acil onaylanması için Kongre'ye çağrı yaptı. 12'DE

ANKARA'DAN SAVAŞ DİPLOMASİSİ

Türkiye, İran-İsrail krizinde mekik diplomasisi yürüttü. Fidan ve Kalın devreye girdi. Tahran İhtimalleri iletti. Ankara ABD ile görüştü. 10'DA

İstanbul bayramda yakın çevreye aktı

Bayram tatili Batı Karadeniz ve Doğu Marmara'nın turizm merkezlerini hareketlendirdi.

>> Bursa ve Edirne bayramda İstanbul'dan yoğun ziyaretçi çekti. Merkez nüfusları toplamda 60 bin civarında olan Safranbolu ve Amasra ilçeleri bir milyon kişi ağırladı. Kartepe, Sapanca ve Düzce'de otel, pansiyon ve bungalovlarda boş yer kalmadı. 5'TE

SEÇİM "FATURASI" GELİYOR

AK Parti'de operasyon zamanı

>> Bayram tatili boyunca seçim kritiklerini alan Erdoğan'ın MYK'dan başlayarak, kabine ve teşkilatlarda yenilenmeye gideceği belirtiliyor. AK Parti kulislerinde Erdoğan'ın MYK'yı kökten değiştireceği dillendiriliyor. EMRAH ÖZCAN / 11'DE

PAŞİNYAN İLK DEFA SOYKIRIM DEMEDİ SAYFA 12'DE

Özgür Özel Filistin ziyaretini erteledi

>> Seçimden önce Gazze'ye destek için Filistin'e gideceğini duyuran CHP lideri Özgür Özel, "Hava sahası kapalı" diyerek ziyaretini öteledi. 11'DE

>> SEYH EDEBALI TÜRBESİ'NE ZİYARETÇİ REKORU 16

Alışverişe dalıp şarjı kilitlediler

>> Ülke genelinde 17 bini bulan elektrikli araç şarj istasyonları bayram trafiğinde tam not aldı. Ancak bazı noktalarda istasyona park eden sorumsuz sürücüler sıkıntı oluşturdu. KAAN ZENGİNLİ / 5'TE

Acem palavrası tek taraflı propaganda...

>> Tamam doğrudur. İran'ın hâl ve hareketlerinde ve söylemlerinde, hatırı sayılır bir Acem palavrası söz konusu. Ancak beri tarafta da tek yönlü çalışan Batı'nın gri propaganda ve ajitasyonu var. Hangisi doğru ki?

İSMAİL KAPAN >> 11'DE

ESKİ EKİBİNİ TAKİPTEN ÇIKARDI

Akşener tek tek çizik atıyor

SAYFA 11'DE

Alış: 34,4730 Satış: 34,4740

Alış: 32,4110 Satış: 32,4120

Alış: 2.447 Satış: 2.448

Ons: 5.014,19 Dün: 5.075,80

17.30 İTİBARİYLE

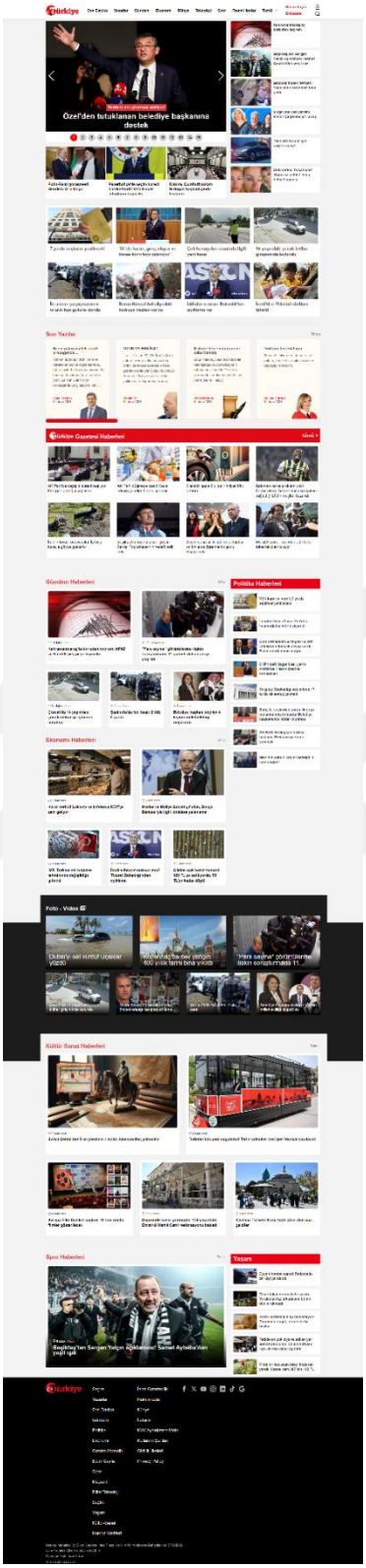
Oyun ve hakikat

İMZA / RAHİM ER >> 3'TE

İstanbul'da tam 17 ürün için coğrafi işaret çalışması yapılıyor

CELAL TOPRAK >> 5'TE

Kaynak: https://www.gazeteoku.com/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.



Kaynak: https://www.turkiyegazetesi.com.tr/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.

Türkiye Türklerindir

Hürriyet

16 Nisan 2024 Salı | www.hurriyet.com.tr | Fiyatı: 10 TL

SİMSİMİ'DEN UZAK DURUN

AİLELER DİKKAT!

Birçok yerde tanıtımı yapılan SimSimi uygulaması, çocuklar akıllı cihazlara kolaylıkla indirebiliyor.

SimSimi adlı yapay zekâ uygulaması üzerinden çocukların taciz edildiği iddiaları üzerine, 14 yaşında bir kız çocuğu profili oluşturup uygulamaya girdik.

PEDOFİLLER CİRİT ATIYOR

■ Önce yapay zekâ motoruyla yazışırken "Biz çocukların konumuna erişip adreslerine geliyoruz" türü bir ifade kurdu. Ardından farklı profillerden 2 saat içinde onlarca cinsel içerikli, sapkın teklif geldi. 21 yaşında bir profile "Pedofil misin" diye sorduğumda hemen "Evet" yanıtını verdi. » 10

Berkan ÇELİKKAN

0 4 ALANYA SAMSUN

LİDER KOLAY GEÇTİ

■ Galatasaray, zorlu Alanya deplasmanı'nı ikinci yarıda gelen gollerle rahat aştı. Sarı-kırmızılılar maç, eksiğiyle verdikleri liderlik koltuğunu korudu. » Spor'da

TAŞ KAĞIT MAKAS'IN SÜRPRİZİ

Kanal D'nin büyük beğeni toplayan dizisi 'Taş Kağıt Makas: Hayatın Oyunu'nda yarın izleyiciye bir sürpriz var.

Ece Sükan dizide kaldı

KELEBEK'TE

SPİKER NESLİHAN ÖNCÜ

■ Ünlü oyuncu Ece Sükan haber spikeri Neslihan Öncü rolüyle izleyici karşısına çıkacak. Güçlü ve başarılı bir portre olan Neslihan dizide bazı dinamikleri değiştirecek. Bu bölümde suçlu durumuna düşen Umut hakkında da önemli gelişmeler olacak.

1.5 MİLYAR $'LIK SAVAŞ ŞOV

İran'ın attığı kamikaze dronlarıyla seyir ve balistik füzeler İsrail'de herhangi bir hedefi vuramasa da Tel Aviv'e yüksek savunma maliyeti çıkardı.

İran'ın İsrail'e attığı 310 kamikaze dron ve füzeyle İsrail'in kendini savunmada kullandığı füzelerin toplam maliyeti belli oldu. İran saldırısı iki ülkeye 1.5 milyar dolarlık fatura çıkardı.

MİSİLLEMEDE YALNIZ KALDI

Başbakan Netanyahu misilleme için destek bulamadı.

■ Birçok ülkeden İsrail'e, "İran'a misillemede bulunmayın" çağrısı yapıldı. Biden'ın da Netanyahu'ya, 'İran'a karşılık vermeden önce dikkatli düşünün' dediği iddia edildi. Biden'ın İran'a yapılacak bir saldırıda İsrail'i destekleyeceklerini söylediği öne sürüldü. » 8'de

EN PAHALISI PAVEH

■ İran 170 dron ve 140 füzeyle saldırdı. İran'ın kamikaze dronu 'Şahid 136'ların maliyeti 20 bin dolar. Balistik füzelerin maliyeti 300 bin dolar. İran'a en kabarık faturayı 30 adet fırlattığı 'Paveh 351' seyir füzeleri çıkardı. Bu füzelerin tanesi 6 milyon dolar. Böylece saldırı İran'a 220 milyon dolara mal oldu.

FATURA AĞIR OLDU

■ İsrail, İran'ın attığı kamikaze dron ve füzelerin yüzde 99'unu havada önledi. Bunları kendi füzeleriyle vurdu. Bu savunmanın İsrail'e maliyeti çok yüksek oldu. Uzmanlara göre daha ucuz silahlar kullanan İran'a karşı İsrail'in yalnızca önleyici füzelerden kaynaklanan savunma maliyeti 1.35 milyar doları buldu. » 8'de

Berkan ÇELİKKAN

KRİPTODA DÜŞÜŞ DURDU

PİYASALARDA TOPARLANMA BAŞLADI

» 6. sayfada

EFSANEYİ TANIDINIZ MI

Clint Eastwood gelecek ay 94 yaşına basacak

■ Hollywood'un efsanevi aktör ve yönetmenlerinden Clint Eastwood uzun bir aradan sonra, California'da katıldığı bir etkinlikte görüntülendi. Eastwood bembeyaz saçı sakalıyla dikkat çekti. Yürürken biraz zorlanan ünlü aktör katıldığı sohbette oldukça etkileyiciydi. » Son sayfada

OPERASYON KORKUSU

Refah'a sığınan Filistinliler, yaya olarak kuzeydeki evlerine dönmeye çalışıyor

Filistinli bir anne, kucağında bebeğiyle yola çıktı.

İsrail Gazze'nin kuzeyini vurunca güneydeki Refah kentine göç eden binlerce Filistinli, bu bölgeye de operasyon yapılacağı korkusuyla yeniden yola çıktı.

■ İsrail askerleri, kuzeye gitmek isteyen kadın ve çocuklara izin verirken erkekleri bırakmadı. İsrail tanklarından açılan ateşle 5 Filistinli öldürüldü. İsrail, kuzeye göçen Filistinlilere 'Bölge tehlikeli' uyarısı yaptı. Bu uyarının ardından göçe katılanların sayısında dün düşüş oldu. » 8'de

TELEFERİĞE ADIM ATMAM

Rabia Küçük (57) ile kızı Nur Çekem (19) çok korktu

5.5 SAAT SÜREN KABUS

■ Serik Devlet Hastanesi'nde hemşire olan Rabia Küçük, kızı Nur ve yeğenziyle teleferik facıasında uzun süre mahsur kalan isimlerden. Küçük "5.5 saat ölümle burun burunaydık. Bir daha ayağımı yerden kesen hiçbir şeye binmem" diyor. » DHA » 11

TUTUKLAMA TARTIŞMASI

Mesut Kocaoğlu

■ Antalya'da teleferik kazasıyla ilgili olarak Kepez Belediye Başkanı Mesut Kocaoğlu tutuklandı. Kocaoğlu, 31 Mart seçiminde aday olmadan önce teleferiği işleten ANET şirketinin genel müdürüydü. CHP'liler tutuklamanın siyasi olduğunu öne sürerek Kocaoğlu'un tutuldığı cezaevinin önüne çadır kurup nöbete başladı. » 11

Eylem UZUN

KULÜPTE 29 KİŞİYİ İHMAL YAKTI

OTOMATİK SÖNDÜRME ÇALIŞMADI

■ İstanbul'da 29 kişinin öldüğü 'Masquerade' adlı gece kulübündeki yangının itfaiye raporu tamamlandı. Rapora göre acil durum aydınlatmaları, yönlendirme levhaları yoktu. Otomatik yangın söndürme sistemi çalışmıyordu. » 3'te

Fatma AKTAŞ

SAHTE ALTIN NASIL ANLAŞILIR

ISSN 1304-4432

33 YILIN TAZMİNATI

12 MİLYON TL ÖDEYECEK

Irma Sözer, Süalp Sözer'i kendisini aldatmakla, fiziksel ve cinsel şiddet uygulamakla suçladı.

■ Yeşim-Almaxtex'in üst düzey yöneticilerinden Süalp Sözer'e, 33'yıllık eşi Irma Sözer'in 2 yıl önce açtığı boşanma davası sonuçlandı. Çifti boşayan mahkeme, Süalp Sözer'i 2 yıllık faizsiz birlikte 12 milyon lira tazminat ödemeye mahkum etti. » 4'te

Selçuk ÜÜKLER

Kaynak: https://www.gazeteoku.com/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.

Kaynak: https://www.hurriyet.com.tr/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.

Papa'ya mektup ve hapisteki komutanlar! — Rahmi TURAN yazdı. 11'de

Gül yetiştiren adam — Soner YALÇIN yazdı. 10'da

Atatürk döneminde oy nasıl kullanılıyordu? — Saygı ÖZTÜRK yazdı. 4'te

Kepez'in intikamını 'teleferik' ile almak — İsmail SAYMAZ yazdı. 2'de

YIL: 17 SAYI: 6156 — 16 NİSAN 2024 SALI — 10 TL

T.C SÖZCÜ — #SÖZCÜ SUSARSA TÜRKİYE SUSAR

CHP lideri Özgür Özel — Kepez Bld. Bşk. Mesut Karaoğlu — Adalet nöbeti başlatıldı

Günah keçisi yaptılar

CHP lideri Özgür Özel, teleferik kazası sonrası Kepez Belediye Başkanı Kocagöz'ün tutuklanmasına böyle tepki gösterdi. Soma ve İliç facialarında kamu görevlilerine dokunulmadığını hatırlattı. Partililer nöbet başlattı. S.10

● Özgür Özel Hatay İçin YSK'ya başvurdu S.5

Merkez Bankası'nın geçen yılki bilançosunda kayıp büyük

KÜLLİYEN ZARAR

818.182.863.710₺

818 MİLYAR 182 MİLYON 863 BİN 710 LİRA

Yaklaşık 2.5 yıl önce eski bakan Nureddin Nebati döneminde icat edilen Kur Korumalı Mevduat'ın (KKM) millete faturası ağır oldu...

Eski Maliye Bakanı Nureddin Nebati, KKM'yi tanıtırken "Ekonomi gözlerdeki ışıltılar" demişti.

Gözlerdeki ışıltının MALİYETİ

2020	24,5 milyar TL kâr
2021	57,5 milyar TL kâr
2022	72 milyar TL kâr
2023	818 milyar TL zarar

FATİH Karahan yönetimindeki Merkez Bankası'nın geçen yılki bilançosu Resmi Gazete'de yayınlandı. İktidarı yıpratmaması için seçimden sonra açıklanan bilançoya göre MB'nin geçen yılki zararı 818 milyar 182 milyon 863 bin lirayı geçti.

DAHA önce kâr eden MB'nin bu zararında, eski bakan Nebati'nin övünerek tanıttığı KKM için ödenen kur farkı ve doları tutmak için yapılan müdahaleler etkili oldu... Yani milletin parası yine bir avuç zenginin cebine aktarıldı.

Merkez Bankası Başkanı Fatih Karahan

Erdoğan SÜZER'in haberi sayfa 6'da

SEÇİMDE KESENİN AĞZI AÇILINCA... BÜTÇE 3 AYDA 513 MİLYAR AÇIK VERDİ

İKTİDARIN seçim öncesi yaptığı harcamalar bütçeye olumsuz yansıdı. Bütçe ilk 3 ayda 513.4 milyar lira rekor açık verdi. Bu dönemde faiz ödemelerine ise 250.4 milyar lira gitti. Kara delik büyüdü.

Maliye Bakanı Mehmet Şimşek

Tolga UĞUR'un haberi sayfa 8'de

BİR YILDA 811 BİN KİŞİ DAHA İŞİNİ KAYBETTİ

İŞSİZLİK Türkiye'nin kronik yarası oldu. Şubat 2023'te 8.8 milyon olan gerçek işsiz sayısı, 1 yılda 811 bin artarak 9.6 milyona çıktı. TÜİK'in dar tanımlı işsiz sayısı ise 3 milyon kişi.

Deniz BİLİCİ'nin haberi 7'de

2018'den beri her seçimde oy malzemesi yapmışlardı

Millet bahçeleri AKP'ye bu seçim oy getirmedi

Millet bahçelerini her seçim kullandılar bu seçim tutmadı.

20 milyar lira harcanarak yapılan 150 millet bahçesi oya çevrilmedi

ERDOĞAN'ın "Yatıp yuvarlanırsınız" diye tanıttığı yurt genelindeki millet bahçeleri milyarları yuttu ama yerel seçimde AKP'ye istediği puanı getirmedi. Millet bahçelerine ağırlık verilen İstanbul, Ankara ve İzmir'de AKP yine kaybetti. Millet bu kez kanmadı.

Deniz AYHAN'ın haberi 11'de

ÇETİN PAŞA'YI HASTANEDEN CEZAEVİNE GÖNDERMEK ÖLÜMÜ OLUR

Nilgül Doğan — Çetin Doğan

TEDAVİDEKİ 28 Şubat hükümlüsü Çetin Paşa'nın eşi Nilgül Doğan'la konuştum. "Cezaevine gönderilmesi ölüm fermanı olur" dedi. Bu arada, 28 Şubat CD'si 2007'de hazırlanıp FETÖ'cü savcıya verilmiş.

Aytunç ERKİN yazdı. 9'da

Golf sahalarındaki Göktürk Kemer Villaları'nın 8'i şimdiden satıldı, 1.2 milyar TL kasaya girdi.

Golf sahasını aldılar tanesi 145 milyon liraya villa diktiler

DEMİRÖREN'in borcuna karşılık Ziraat Bankası'na devredilen Kemer Country'deki golf sahaları imara açıldı. İBB davayı kaybetti. Villalar 145 milyon TL'ye satışa çıktı.

Bir villanın ortalama fiyatı 145 milyon TL.

Özlem GÜVEMLİ'nin haberi sayfa 11'de

Başkan ekmek fiyatını indirdi

Tugay

CHP'li İzmir Belediye Başkanı Cemil Tugay sözünü tuttu, 7 TL'lik ekmeği 5 TL'ye indirdi. S.8

İsmailağa Cemaati'nin gittiği camide skandal yaşanmış

OLAYA BAK!

Camide mültecileri yakalayan polisi sürdüler

İSTANBUL Sarıyer'de polis Y.A, Mekke Nur Camii'nde 100'den fazla Özbek, Türkmen ve Tacik göçmen yakaladı. İmam "Uğraşma burayla. Sürgün mü istiyorsun" diye tehdit etti. Ertesi gün polisin silahına el konuldu, görev yeri değiştirildi.

Hazar DOST'un haberi sayfa 10'da

İşte o cami

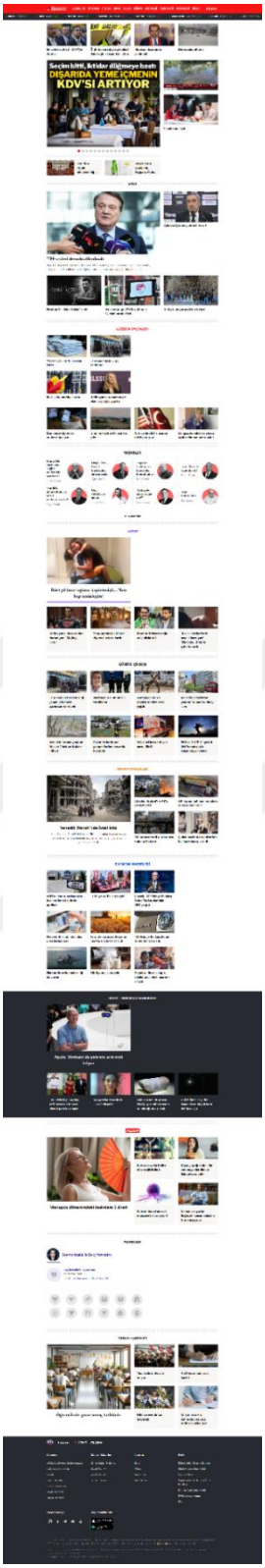
Bavullar için özel raflar yaptılar.

Cami tesisini yatakhane yaptılar. Halıların üstünde yattılar.

Burası Merkez zararda herkes!

Murat MURATOĞLU 7'de

Kaynak: https://www.gazeteoku.com/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.



Kaynak: https://www.sozcu.com.tr/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.

■ Alanyaspor'u deplasmanda 4-0 mağlup eden G.Saray, maç fazlasıyla lider olan F.Bahçe'den emaneti geri aldı. » SPOR'DA

LİDER ALANYA'DA KÜKREDİ 0-4

TFF'de 28 Haziran sesleri

■ TFF'ye, 18 Temmuz olarak açıkladığı seçimli genel kurul tarihini 28 Haziran'a çekmesi için telkinler var. Karar her an değişebilir. » SPOR'DA

RAKIPSIZ TUYOCU İLE KAZANIN

HER GÜN 4 SAYFA BULMACA

ÇENGEL - SÜREŞLİ METİN - KARE - SARMAL - SUDOKU - NOKTA - BEŞ KARE - KAKURO... ve daha fazlası

BAYRAMDA YOLCU REKORU

■ Ulaştırma Bakanlığı bayram verilerini açıkladı. Havalimanlarını 6 milyon 852 bin, YHT ve bölgesel trenleri 1 milyon kişi kullandı. Sadece İstanbul-İzmir Otoyolu'ndan 2 milyon 857 bin araç geçti. » 15'TE

TÜRKİYE'NİN GAZETESİ

AKŞAM

16 NİSAN 2024 SALI

www.aksam.com.tr / FİYATI: 6 TL

İSLAM DÜNYASINA ÇAĞRI

Başkan Erdoğan, Katar Emiri Al Sani ile telefon görüşmesinde kritik bir uyarıda bulundu.

■ Erdoğan görüşmede, İsrail'in saldırılarının durdurulması ve işlediği insanlık suçlarının cezasını görmesi için İslam dünyasının birlik içinde gayretlerini artırması gerektiğini belirtti. » 13'TE

Kabinede yoğun gündem

■ Cumhurbaşkanlığı Kabinesi, bugün Erdoğan başkanlığında yoğun bir gündemle toplanıyor. » 13'TE

BU KABİNDE MAHSUR KALDILAR

Rabia Küçük, "Yukarıdan yaralıları alıp götüren sağlık ekiplerini istedik. Sonra ittaiye ve AFAD gelip bizi kurtardı" dedi.

Nur Çeken

Rabia Küçük

Ayağımı yerden kesen hiçbir şeye binmem

Antalya'daki teleferik faciasında 5.5 saat havada asılı kalan anne ile kızı korku dolu anları anlattı.

■ RABİA KÜÇÜK (51): "Teleferik durdu, sallanmaya başladık. Bildiğim tüm duaları okudum. Parçalanan kabin önümüzdeydi. Bir daha ayağımı yerden kesen hiçbir şeye binmem."

■ NUR ÇEKEN (19): "Anı olsun diye o anların videosunu çekiyordum. O an ölüyoruz diye düşündüm. Çok korktuk. Ekipler geldi, ilk kurtarılanların arasındaydık." » 14'TE

MEHMETÇİK PANİĞİ

PKK/YPG elebaşları, Başkan Erdoğan'ın sınır ötesi harekat gündemiyle yapacağı Irak ziyareti öncesi Batı'ya, "Bizi tanıyın, desteği artırın" çağrısı yaptı.

'YAZIN BİZİ DE VURACAKLAR'

■ Terör örgütünün Suriye kolu YPG'nin Sözcüsü Ferhad Şami, "Türkiye Kobani (Ayn-el Arab) bölgesine saldırmayı planlıyor. Uluslararası güçler bizi siyasi olarak tanısın, desteğini artırsın" dedi.

'UMUDUMUZ BOYUN EĞMEMESİ'

■ Kandil'deki elebaşı Cemil Bayık ise Bağdat yönetimine, "Umudumuz Irak'ın Türkiye'ye boyun eğmemesi" diye seslendi. Eşzamanlı panik açıklaması, PKK/YPG'nin organik bağın bir kez daha tescilledi. » 13'TE

4 ayrı suçtan 146 yıla kadar hapsi istenen Süleyman D. daha önce de nitelikli dolandırıcılıktan yargılanmış.

Yüzsüz tokatçı!

80 milyon TL dolandırdı, "Memleketten getirdiğim yaprak ve salçayı satarak kazandım" diye kendini savundu.

■ İstanbul Bakırköy Adalet Sarayı'nda görevli zabıt katibi Süleyman D. ve 14 sanık hakkında dolandırıcılıktan iddianame hazırlandı.

■ İddianamede D.'nin ifadeleri de yer aldı: "Memur olmama rağmen Tokat'tan getirdiklerimi satarak lüks hayat yaşıyordum." » 7'DE

16 TERÖRİST İMHA EDİLDİ

■ Irak'ın kuzeyindeki Hakurk bölgesine düzenlenen hava harekatında 12 terörist etkisiz hale getirildi.

■ Örgütün merkez haline getirdiği 200 km derinlikteki Asos'ta da 4 hain F-16'lar tarafından imha edildi. » 13'TE

Hedeflerinde TBMM vardı

Dosyada kırsalda yapılan silah eğitimlerinin fotoğrafları da yer aldı.

■ Terör örgütü DEAŞ'ın İstanbul'daki Horasan hücresi ile ilgili iddianamede, 5 katlı hücre evinde 70 çocuğun tutulduğu ve TBMM'ye saldırı planları yaptıkları belirtildi. » 13'TE

Küstaha Kürtçe cevap

■ Selçuk Bayraktar, Çukurca pozuna hakaret eden PKK destekçisi Hollandalıya Kürtçe "Burası Türkiye, kardeşçe yaşadığımız yer" cevabını verdi. » 5'TE

ŞUBAT 2023

1400 KİŞİ CAN VERMİŞTİ

NİSAN 2024

EBRAR'DA YERİNDE DÖNÜŞÜM

K.Maraş'ta depremde yerle bir olan Ebrar Sitesi'nin bulunduğu alanda çalışmalar başladı.

■ Depremin simgesi olan sitenin etrafı çevrildi. İş makinelerinin temel hafriyatını kaldırdığı bölgede etüt çalışmaları devam ediyor. Alanda zemin artı 4 kat konutlar yapılacak. Temelde fore kazıklar kullanılacak. » 14'TE

1915'E 'BÜYÜK FELAKET' DEDİ

■ Ermenistan Başbakanı Nikol Paşinyan, 1915'te yaşanan olaylar için 'Büyük Felaket (Meds Yeghern)' ve 'karım' sözcüklerini kullandı. Sözleri, Ermenistan'da tartışmalara neden oldu. » 8'DE

İNGİLTERE GÖÇMENLERİ ERİVAN'A GÖNDERECEK • 20

Füzelerin yarısı kendi düştü

İran'ın İsrail'e yönelik füze saldırısı ABD basınında alay konusu oldu.

İSRAİL KABİNESİ MİSİLLEME KARARI ALDI

■ WSJ, Tahran'ın fırlattığı 130 balistik füzenin yarısının kendiliğinden düştüğünü iddia etti, "Kapasitesi bu oldu bu kadar varmış" diye yazdı.

■ Gazete ayrıca, Suudi Arabistan ve BAE'nin İran'ın saldırı planlarına ilişkin ABD ile istihbarat paylaşımında bulunduğunu ileri sürdü. » 8'DE

MHP'nin A takımı yenilendi

■ MHP'nin 15 kişilik yeni MYK'sında Prof. Dr. Ilyas Topsakal'ın da aralarında olduğu 4 yeni isim yer aldı. Topsakal, Türk dünyasından sorumlu oldu. » 13'TE

ABD ile yeni bir dönem başlar mı?

MUSTAFA KARTOĞLU » 13'TE

Fidan, Ankara'da ABD Dışişleri yetkilisi John Bass'ı ağırladı.

Guterres'e Gazze telefonu

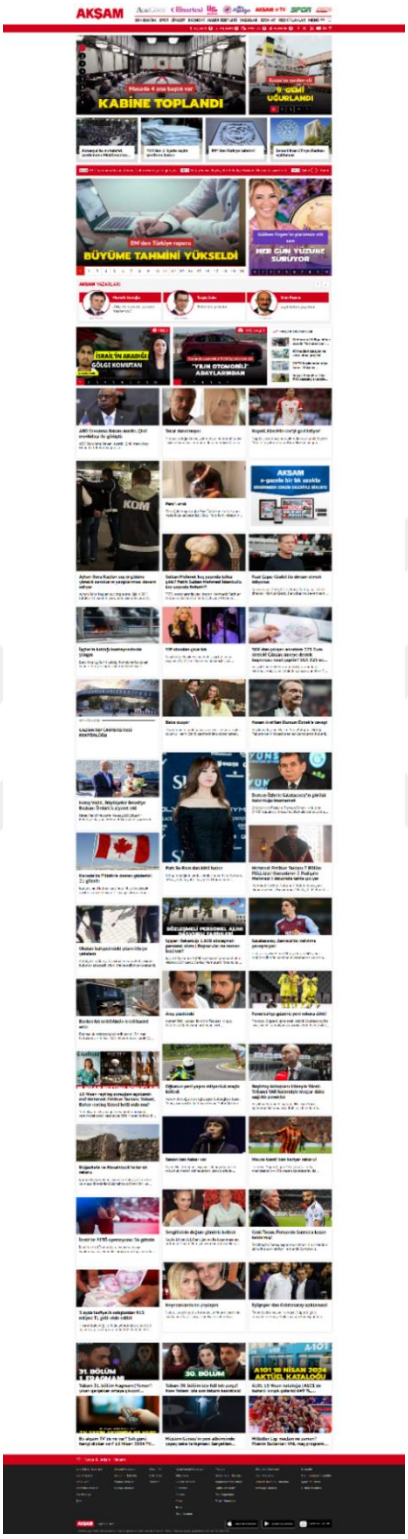
■ Dışişleri Bakanı Hakan Fidan, BM Genel Sekreteri Guterres ile İsrail'in bombaladığı Gazze'de yaşanan insanlık dramını görüştü. » 8'DE

HÜSREV HATEMİ'NİN ACI GÜNÜ

Hatemi'nin eşi Prof. Dr. Sevar Hatemi hayatını kaybetti. » 7'DE

AKŞAM 01 CMYK

Kaynak: https://www.gazeteoku.com/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.



Kaynak: https://www.aksam.com.tr/ Erişim Tarihi: 16/04/ 2024.

Ek 2: Yabancı Gazetelere Ait Bulgularının Elde Edildiği Dokümanlar

EL PAÍS

EL PERIÓDICO GLOBAL

Fundado en 1976
Año XLIX
Número 17.183

Edición Madrid
2,00 euros
Martes
13 de agosto de 2024

Fútbol El Atlético de Madrid ficha a Julián Alvarez como nuevo estandarte —P29

El PSC de Illa se reorganiza para gestionar la mayor cuota de poder de su historia

El presidente catalán apela al "humanismo cristiano" del Govern

Á. PIÑOL / M. ROVIRA
Barcelona
El Gobierno de Salvador Illa tendrá hoy su primera reunión en el Palau de la Generalitat tras la toma de posesión ayer de los 16 consejeros en una breve ceremonia. Se aprobará probablemente la relación de nuevos nombramientos de segunda línea para completar el organigrama del Ejecutivo monocolor de los socialistas. Con la llegada a la presidencia de la Generalitat, el PSC se está reorganizando para nutrir y gestionar la etapa en la que concentra el mayor poder de su historia (por encima de la del *expresident* Pasqual Maragall), en la que gobernarán en casi todas las administraciones. En el época del tripartito de Maragall regía una coalición entre PSC, ERC e Iniciativa. En el acto de ayer, Illa apeló a los valores "socialdemócratas" y de "humanismo cristiano" del Gobierno que ha formado. —P12 A 14

Junts adelanta su congreso, en el que redefinirá el papel de Puigdemont —P14

Francia
Los partidos buscan tras los Juegos una salida al bloqueo político —P2

Guerra
Rusia evacúa a más de 130.000 personas por el avance ucranio —P4

El calor causó 47.000 muertes en Europa el año pasado

Un estudio sostiene que la población se está adaptando a las altas temperaturas y eleva a más de 8.300 los decesos en España

PABLO LINDE
Madrid
Las altas temperaturas de los últimos veranos tienen graves consecuencias en la salud de la población: más de 47.000 personas fallecieron en Europa en 2023 a causa del calor, según un estudio del instituto ISGlobal de Barcelona publicado ayer en la revista *Nature Medicine*. Las predicciones auguran que el cambio climático empeorará la situación en los próximos años, pero hay una buena noticia: nos estamos adaptando. Según la investigación, esas mismas temperaturas habrían ocasionado un 80% más de mortalidad a principios de siglo. Es lo que los autores denominan "vulnerabilidad al calor", que ha disminuido a lo largo de las últimas décadas. El país con mayor carga de mortalidad relativa en 2023 fue Grecia (283 fallecimientos por 100.000 habitantes), seguido de Bulgaria (229), Italia (209) y España (175), donde el estudio calcula 8.352 muertes a causa del calor. —P23 Y 24

Algunos de los inmigrantes interceptados en la madrugada de ayer intentando llegar a nado a Ceuta. JOAQUÍN SÁNCHEZ

Ceuta registra un repunte de inmigrantes

Casi 600 personas han entrado a nado o a través de la valla desde el viernes en la ciudad autónoma

MARÍA MARTÍN
Madrid
El intento de entrada a nado en Ceuta de unos 200 inmigrantes activó ayer a la Guardia Civil, Salvamento Marítimo y la Cruz Roja. Era un nuevo episodio de lo que en la ciudad llaman "presión migratoria", pero el volumen de personas que se han lanzado al mar en los últimos días ha elevado la alerta entre las autoridades, que miran hacia el otro lado de la frontera. Desde el viernes, ha habido casi 600 intentos de entrada, a nado o a través de la valla. —P16

DÍAS DE VERANO

El ADN que funda el Camino de Santiago

Los restos que fueron hallados en 2019 son del obispo Teodomiro —P32 Y 33

Restos del obispo Teodomiro.

Kaynak: https://elpais.com/ Erişim Tarihi: 13/08/ 2024.

13 ago 2024 | Actualizado 17:49 CEST | Seleccione: ESPAÑA

SUSCRÍBETE INICIAR SESIÓN

EL PAÍS

EL PERIÓDICO GLOBAL

INTERNACIONAL OPINIÓN ESPAÑA ECONOMÍA SOCIEDAD MEDIO AMBIENTE CIENCIA SALUD TECNOLOGÍA CULTURA DEPORTES GENTE BABELIA EL PAÍS SEMANAL EL PAÍS EXPRÉS

Interior asegura al juez Llarena que los Mossos renunciaron a su colaboración para detener a Puigdemont

ÓSCAR LÓPEZ-FONSECA | Madrid
El ministerio sostiene que solo activó servicios "extraordinarios" de Policía Nacional y Guardia Civil cuando ya conoció la fuga del 'expresident'

El Govern se estrena con un acto de apoyo a los Mossos tras el fiasco del 'expresident'

ÀNGELS PIÑOL | Barcelona
El Ejecutivo catalán mantiene su compromiso de nombrar jefe de la policía a José Luis Trapero

El PSC se reorganiza para gestionar su mayor cota de poder

Cajetines de llaves de pisos turísticos en el centro de Sevilla, este martes. PACO PUENTES

El Ayuntamiento de Sevilla cortará el agua a unos 5.000 pisos turísticos irregulares

JAVIER MARTÍN-ARROYO | Sevilla
El Consistorio también prevé suprimir el suministro de electricidad. Andalucía es la región con más alquileres turísticos de Europa, con 117.000 viviendas

Opinión

EDITORIAL
Universidades públicas ahogadas
La apuesta por los centros privados de la Comunidad de Madrid no puede hacerse en detrimento de las instituciones públicas de la región

Los Juegos: el deporte como cuestión de Estado
La cita olímpica ha cumplido con todos los valores de excelencia, pero sin poder abstraerse de un contexto de violencia mundial ajeno a su influencia
LILITH VERSTRYNGE REVUELTA

Por qué vivimos enfadados
Antes compartíamos la culpa de lo que nos pasaba con el dios de turno, pero ahora somos dueños de nuestro destino
VÍCTOR LAPUENTE

EL PAÍS EXPRÉS

Kaynak: https://elpais.com/ Erişim Tarihi: 13/08/ 2024.

The Boston Globe

Serving our community since 1872

Tuesday, August 13, 2024

Tugging at the strings of nation's heartland

In the battle of New Yorker vs. Californian, VP choices duel over Midwestern street cred

Cambridge kept $1.4m settlement secret

Council voted without details of claim alleging Police Dept. harassment

FLUSH WITH SUCCESS

A spotlight on murky digital forensics

Read case reveals competing 'realities' of technologies

Sox star suspended after using homophobic slur

Duran apologizes; outfielder will sit out for two games after yelling at Fenway fan

City approves White Stadium demolition

Parks panel advances Wu's redevelop plan but lawsuit is still pending

Kaynak: https://www.bostonglobe.com/ Erişim Tarihi: 13/08/ 2024.

WATCH: GLOBE TODAY | METRO | WEATHER | POLITICS | SPORTS | BUSINESS | PUZZLES | RHODE ISLAND | GLOBE MAGAZINE | OPINION | HEALTH | ARTS

SIGN IN

SUBSCRIBE NOW Starting at $1

The Boston Globe

TRENDING: ELECTION UPDATES | RESTAURANT TROUBLES | JARREN DURAN | SHELTER SYSTEM TRANSPARENCY | VETERINARY SERVICES | OLYMPICS | HOLY CROSS DONOR

FOOD & DINING

One night a year, one ice cream sundae on the Cape, no restrictions. Who's got the best stuff?

At the end of each summer, my family marks the occasion with the biggest, baddest ice cream sundae we can

Five people stricken with Legionnaires' disease in Lincoln, N.H., officials say

The infections possibly followed exposure to contaminated water droplets from a cooling tower behind the RiverWalk Resort, the state said.

Healey administration conceals key information about state shelter system even as it triples spending

The Healey administration has concealed key information about contracts, citing concern about anti-migrant protests.

Steward completes deal to sell its doctors group to private equity firm Kinderhook

Bankrupt Steward Health Care said late Monday night that it's reached a definitive agreement to sell its eight-state physicians network to a private equity firm.

Steward again postpones bankruptcy sales hearing for six Massachusetts hospitals

When it gets too hot in New England, here's

OPINION

MARCELA GARCÍA

Private equity is coming for your cats and dogs

Senator Elizabeth Warren targets Big Vet.

EDITORIAL

The right way to handle the Olympic bronze medal controversy

UMASS POLL

Voters are in agreement: They don't like Project 2025

IDEAS | TASNIM AHMED

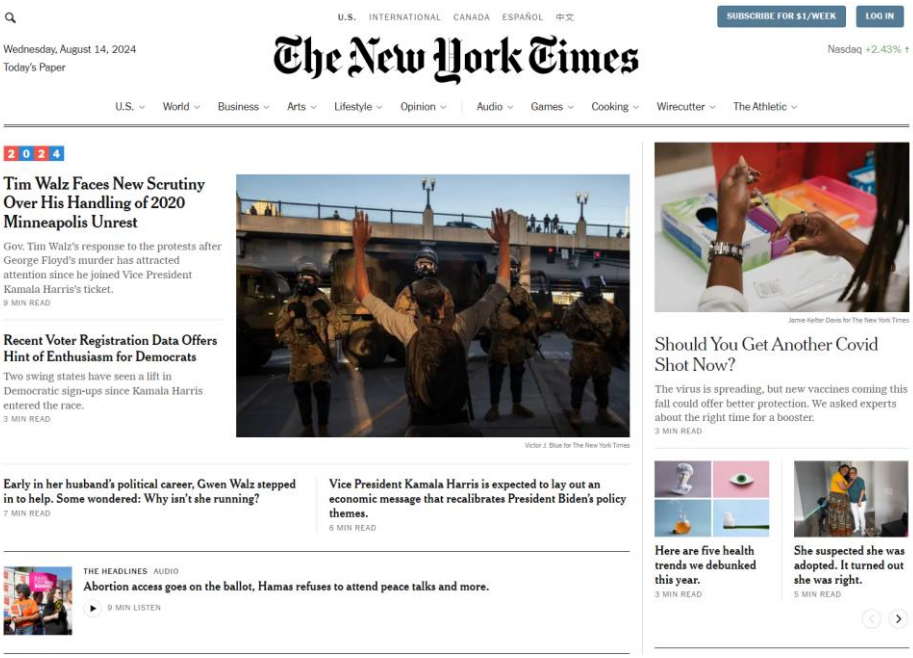
Doctors fleeing primary care is a crisis for Boston's low-income neighborhoods

DAVID NELSON

Let's stop questioning the honorable military service of Tim Walz (or JD Vance)

Kaynak: https://www.frontpages.com/the-boston-globe/ Erişim Tarihi: 13/08/ 2024.

Kaynak: https://www.nytimes.com/ Erişim Tarihi: 13/08/ 2024.



Kaynak: https://www.nytimes.com/ Erişim Tarihi: 13/08/ 2024.

ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Beste BUDAN	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	İstanbul Üniversitesi
Fakülte	İletişim Fakültesi
Bölümü	Gazetecilik
Makale ve Bildiriler	

1. Budan B. & Arıcan M. Z. (2022). *Seyahat Fenomeninin Sosyal Medyada Hipergerçek Olarak Yeniden Yaratımı*. International Communication Sciences Symposium (ICOMS), Sakarya, Turkiye.

2. Erdoğan, C., & Budan, B. (2020). *Duyguların Anlamını Yitirmesinde Sosyal Medyanın Rolü: Özlem Duygusu Üzerine Bir Analiz*. Journal of Humanities and Tourism Research, 10(1), 14-26.

3. Erdoğan C. & Budan B. (2020). *Yeni Medya Araştırmalarının Geleceğini Pozitivist Yollarla Aramak: Yöntem Arayışında İnteraktif Bir Yaklaşım*. Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Alanında Akademik Çalışmalar 3, Ankara: Gece Kitaplığı, ss.449-461. (Book Chapter).

4. Erdoğan C. & Budan B. (23- 25 November 2018). *Sibernetik Çağda İletişim Özgür İrade Miti Bağlamında Yeni Medyaya Bakmak*. International Marmara Science and Social Sciences Congress. Kocaeli, Turkiye.