



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı

**“TASARIM DERGİLERİNDE SAYFA TASARIM
UNSURLARI: XOXO THE MAG VE ALLDESIGN
DERGİLERİNİN GÖRSEL TASARIM ANALİZİ VE
KARŞILAŞTIRILMASI”**

Yüksek Lisans

Tezi Hazırlayan: **Serpil CAN**

KABUL VE ONAY

Serpil CAN tarafından hazırlanan ‘‘Tasarım dergilerinde sayfa tasarım unsurları:XOXO The Mag ve Alldesign dergilerinin görsel tasarım analizi ve karşılaştırılması’’ başlıklı bu alışma, Savunma Sınavı tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Tezin/Raporun Türü olarak kabul edilmiştir.

Başkan:

ye: Yrd. Doç. Demet KARAPINAR (Danışman)

ye:Yrd. Doç. Ahmet Süreyya KOÇTÜRK

ye: Yrd. Doç. Nuri SEZER

Yukarıdaki imzaların adı geçen ğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

[imza]

[Unvanı, Adı ve SOYADI]

Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, izelge ve şekillerin kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Tasarım dergilerinde sayfa tasarım unsurları:XOXO The Mag ve Alldesign dergilerinin görsel tasarım analizi ve karşılaştırılması” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

01.09.2015

Serpil CAN

ONAY

Tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylıyorum:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin 2 Yıl süresiyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerde erişime açılabilir.

ÖZET

TASARIM DERGİLERİNDE SAYFA TASARIM UNSURLARI: XOXO THE MAG VE ALLDESIGN DERGİLERİNİN GÖRSEL TASARIM ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI

Serpil CAN

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarım Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Demet KARAPINAR

Eylül 2015 – 103 sayfa

Dergi yayıncılığı her geçen gün gelişim ve değişim kaydediyor olsa da, belirli kriter ve esaslar doğrultusunda tasarımlar kullanmaya devam etmektedir. Günümüzde yazılım teknolojisinde gelişmeler ile birlikte Masaüstü Yayıncılık programları da gelişimlerini sürdürmekte ve süreçleri gün geçtikçe otomatikleştirmektedir.

Yapılan bu araştırma ile yeni bir dergi oluşturulmak istendiğinde hangi kriterler göz önünde bulundurularak tasarım sürecinin gerçekleştirilebileceği araştırılmıştır. Yayınlanmakta olan güncel tasarım dergileri de incelenerek örnekler üzerinden de değerlendirme yapılmıştır. Dergi tasarım süreçlerine yardımcı kaynak olması amacıyla bu çalışma hazırlanmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde dergi kavramına genel bir bakış yapılmıştır. Hedef kitlesine ve içeriklerine göre dergiler, dergilerin üstün ve zayıf yönleri incelenmiştir.

Sonraki bölümlerde sayfa mizanpajı, sayfa tasarım prensipleri, biçim, renk, görsel kullanımı, ızgaralar, sayfa tasarımında tipografi konuları incelenmiştir. Bir derginin oluşturulma süreci ile ilgili tüm bu kavramlar, ortaya çıkacak ürünün niteliğini önemli ölçüde etkilemektedir.

Sayfayı oluşturan elemanlar incelendiğinde dergi yayıncılığında bir sayfada genel olarak; başlık, özet metin, gövde metni, alıntı, alt başlık, görsel, görsel açıklaması, byline ve credits, bölüm başlığı, folyo öğeleri bulunmaktadır. Bu öğelerin sayfaya ızgara yapısında yerleşimi ve biçimsel nitelikleri sayfanın tasarımını oluşturmaktadır. Dergi sayfalarındaki çeşitli içerik bölümleri için ayrı ayrı tasarımlar oluşturulmakta ve bunlar şablon olarak derginin tüm sayılarında yeni bir tasarım değişikliğine geçilene kadar kullanılmaktadır.

Sonraki bölümde ise tasarım sektöründen seçilmiş olan iki derginin karşılaştırmalı olarak incelemesi yapılmıştır. İnceleme kriterleri önceki bölümlerde incelenen kavramlar çerçevesinde oluşturulmuştur.

Karşılaştırma kriterleri ve incelenen bileşenler; sayfa boyutu, sayfa sayısı, renk kullanımı, görsel kullanımı, grid kullanımı, boşluklar, metin yazı tipi ailesi, Metnin boşluğa dizilimi, sayfa öğeleri, kapak, içindekiler, künye, sayfalar arası akış olarak belirlenmiştir.

Belirlenen bu kriterlere göre dergiler incelenmiş, karşılaştırmalar sonuç olarak listelenmiş ve yorumlanmıştır.

Anahtar sözcükler: Grafik Tasarım, Dergi tasarımı, Mizanpaj, Sayfa Tasarımı, Grid kullanımı, Tipografi, Dergi Sayfa Bileşenleri.

ABSTRACT

PAGE DESIGN ELEMENTS IN DESIGN MAGAZINES: VISUAL DESIGN ANALYSIS AND COMPARISON OF THE XOXO THE MAG AND ALLDESIGN MAGAZINES

Serpil CAN

Yüksek Lisans Thesis, Graphic Design Department

Supervisor: Yrd. Doç. Demet KARAPINAR

September 2015 – 103 pages

Although the magazine publishing has been developing and recording changes every day, designs have been going on to be used in accordance with the specific principles and criteria. Today, the desktop publishing programs have also increasingly kept their development and their processes have been automated day by day with advances in software technology.

It was investigated by this study by considering which criteria the design process could be performed when desiring a new magazine. By examining the current design magazines being currently published an evaluation was performed on the samples. This study was prepared as an assistant for magazine design process.

In the first part of the study an overview of the magazine concept was made. According to the magazine's target audience and content, the superiorities and weaknesses of magazines were examined.

In the next part, the subjects like page layout, page design principles, use of images, colour, grids, typography in page designs were examined. All of these concepts related to the creation process of a magazine are significantly affect the quality of the product to be created.

Analysing the constituent elements of the page, on a page generally in the magazine publishing there are; headline, intro, body text, pull quotes, subtitle, image, image caption, and by-line and credits, running head, folio elements. The layout on the page grid structure and formal qualifications of these elements constitute the page design. Independent designs have been created for various content sections in the magazine pages and are used as a template till changing it a new design on all pages of the magazine.

In the next part, the comparative analysis of the two magazines selected from the design industry. The investigation criteria have been established in the framework of the concepts examined in the previous part.

Comparison criteria and examination components were determined as; page size, number of pages, use of colour and images, grid usage, spaces, text font family, the sequence into the space of the text, page elements, cover, content, masthead/credits, flow between pages.

The magazines were investigated, listed and reviewed as a result according to these criteria.

Key words: Graphic Design, Magazine Design, Layout, Page Design, Grid Usage, Typography, Magazine Page Components.

ÖNSÖZ

Günümüzde elektronik ortamdaki yayınlar ön plana çıkarılmaya çalışılsa da, kağıda basılı dergi yayıncılığı, kendini has özellikleri sayesinde halen güncelliğini korumaktadır.

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de dergiler gelişmişlikle aynı doğrultuda çok sayıda farklı içerikle yayın yapmaktadır. Özellikle toplumun belirli bir kesimine hitap eden, belirli bir alan ve içerik üzerinden yayın yapan dergiler yayın hayatlarını sürdürmektedir.

Dergi tasarımında fikir aşamasından, ürünün ortaya çıktığı ana kadar tasarımcının tasarım ilkeleri üzerinden hareketle geçen süreçte yapılanlar, ortaya çıkan ürünler üzerinden araştırılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda tasarım alanında yayın yapan iki dergi incelenmiş, tasarım tercihleri karşılaştırmalı olarak belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma ile dergi tasarımı konusunda çalışma yapacak tasarımcılara; kapaktan içerik sayfalarına kadar sayfa bileşenleri, tasarımda izlenecek yol, dikkat edilecek hususlar, dergi tasarımı ile ilgili günümüz tasarım tercihleri hakkında bilgi verecek ve iki örnek üzerinden altyapı oluşturacak bir örneklem incelemesi yapılmaya çalışılmıştır.

Lisansüstü eğitimim süresince tez araştırma konum ile ilgili olarak fikirlerimin olgunlaşmasında, araştırmamın şekillenmesinde ve tüm araştırma gerçekleşme sürecinde katkılarından dolayı tez danışman hocam Yrd. Doç. Demet KARAPINAR'a, desteğinden dolayı eşim Kemal Yaşar CAN'a teşekkürlerimi sunarım.

İSTANBUL, 2015

Serpil CAN

İÇİNDEKİLER

ÖZET	xii
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
RESİMLER LİSTESİ.....	xii

1. BÖLÜM

1. GİRİŞ	1
1.1. Problemin Tespiti	1
1.2. Çalışmanın Amacı	1
1.3. Araştırma Metodolojisi	1
1.4. Ünitelerin Planı	1

2.BÖLÜM

2. DERGİ YAYINCILIĞINDA TASARIM BİLEŞENLERİ.....	2
2.1 Dergi Nedir?.....	2
2.1.1 Hedef kitlelerine göre dergi türleri:	3
2.1.2 İçeriklerine göre dergi türleri:.....	3
2.1.4 Kitle İletişimi Açısından Basılı Kitle İletişim Araçlarının Üstün ve Zayıf Yönleri .	5
2.2 Sayfa Mizanpajı	5
2.2.1 Mizanpaj çeşitleri	6
2.2.2 İzleyici ve sayfa.....	8
2.3 Sayfa Tasarımı Prensipleri	8
2.3.1 Zıtlık (Kontrast).....	8
2.3.2 Vurgu.....	8
2.3.3 Benzerlik / Bütünlük.....	9
2.3.4 Hiyerarşi	10
2.3.5 Üç temel leke	11
2.4 Format – Biçim.....	12
2.4.1 Sayfa düzeni geliştirme	12

2.4.2 Sayfa boyutu.....	13
2.4.3 Kağıt ve özellikleri.....	15
2.5 Renk.....	17
2.5.1 Yayıncılıkta Renk.....	19
2.5.2 Renk Modelleri.....	20
2.5.2.1 CMYK.....	21
2.5.2.2 RGB.....	22
2.5.2.3 Özel Baskı Renkleri.....	22
2.5.2.4 Floresanlar.....	22
2.5.2.5 Metalikler.....	22
2.5.3 Rengi Kullanmak.....	23
2.6 Görsel Kullanımı.....	24
2.6.1 Sayfa Tasarımında Görsel Kullanımı.....	24
2.6.2 Nokta Esaslı İmge (Tarama Örüntüsü/Dijital imajlar).....	25
2.6.3 Vektör Esaslı İmge.....	26
2.7 Sayfa Düzeni ve Izgaralar.....	26
2.7.1 Farklı Amaçlar İçin Izgaralar.....	29
2.7.1.1 Asimetrik Izgara.....	29
2.7.1.2 Simetrik Izgara.....	30
2.7.1.3 Modüler Izgara.....	30
2.7.2 Bir ızgarayla çalışmak.....	32
2.7.2.1 Izgara İle Sayfa Tasarımının Adımları.....	33
2.7.2.2 Çevre Boşluğu.....	33
2.7.2.3 Tempo ve Hiyerarşi.....	34
2.7.2.4 Taban çizgisi ızgarası.....	35
2.7.2.5 Izgara Sisteminin Öğeleri.....	37
2.8 Sayfa Tasarımında Tipografinin Kullanılması.....	39
2.8.1 Yazı Karakteri Seçiminde Temel Kriterler.....	41
2.8.1.1 Estetik.....	41
2.8.1.2 Uygunluk.....	41
2.8.1.3 Okunabilirlik.....	42
2.8.1.4 Okuturluk.....	45
2.8.2 Tipografik Düzenlemeler.....	45
2.8.2.1 Harf Büyüklüğü.....	45
2.8.2.2 Kelime Boşluğu.....	46
2.8.2.3 Harf Boşluğu.....	46
2.8.2.4 Satır Boşluğu.....	48
2.8.2.5 Yazının Açıklığı / Tipografik Renk.....	49
2.9 Yayın Metin Bileşenleri – Standart Sayfa Elemanları.....	51

2.9.1 Başlık (Headline).....	55
2.9.2 Intro/Özet Metin (Kicker / Stand-first / Deck)	56
2.9.3 Gövde Metni(Body Text)	56
2.9.4 Çekici Alıntılar(Pull Quotes).....	56
2.9.5 Alt Başlıklar(Sub Heads).....	568
2.9.6 Görsel	599
2.9.7 Görsel Açıklaması (Image Caption)	59
2.9.8 Yazar ve Hazırlayanlar (Bylines and Credits)	59
2.9.9 Bölüm Başlığı (Running Head)	60
2.9.10 Yayılma(Spread).....	61
2.9.11 Folyo.....	61

3.BÖLÜM

3. İKİ TASARIM DERGİSİNİN KARŞILAŞTIRMALI OLARAK İNCELENMESİ.....	62
3.1 Kapak	62
3.1.1 Görsel Kullanımı	64
3.1.2 Logo ve dergiye ait bilgilerin yerleşimi.....	65
3.1.3 Izgara Sistemi	67
3.1.4 Yazı kullanımı	67
3.2 İçindekiler	70
3.3 Künye	74
3.4 Sayfa Boyutu ve Sayfa Sayısı	76
3.5 İçerik Sayfaları	77
3.5.1 Başlık.....	78
3.5.2 Yazar ve Hazırlayan	79
3.5.3 Intro / Özet Metin	81
3.5.4 Gövde Metni ve Alt Başlık.....	83
3.5.5 Çekici alıntılar(Pull Quotes).....	85
3.5.6 Görsel	86
3.5.7 Görsel Açıklaması(Image Caption)	90
3.5.8 Bölüm Başlığı	91
3.5.9 Folyo.....	92
3.6 Gridler / Izgaralar	94
3.7 Kenar boşlukları	97

4.BÖLÜM

4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	100
KAYNAKÇA.....	104

KISALTMALAR LİSTESİ

Bkz. : Bakınız

Pt : Punto

v.b. : Ve benzeri

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 3.1 İçindekiler Sayfası İncelemesi	74
Tablo 3.2 Künye Sayfası İncelemesi	76
Tablo 3.3 Sayfa Boyutları İncelemesi	77
Tablo 3.4 Başlık Alanı İncelemesi	79
Tablo 3.5 Yazar Alanı İncelemesi	80
Tablo 3.6 Hazırlayan(Credits) Alanı İncelemesi	81
Tablo 3.7 Intro / Özet Metin Alanı İncelemesi	82
Tablo 3.8 Gövde Metni İncelemesi	84
Tablo 3.9 İki Derginin Kenar Boşlukları	97

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1	Metin ve resimlerin yerlerine gri alanlar kullanma.....	6
Şekil 2.2	16,24,32 ve 48 sayfa formalar.....	7
Şekil 2.3	Klasik ızgara biçimi	13
Şekil 2.4	Amerika dışındaki ülkelerde ISO A standart kağıt boyutları.....	15
Şekil 2.5	Farklı kağıt stokları ve renk basım uygunluğu.....	17
Şekil 2.6	CMYK 4 ayrı baskı rengi.....	21
Şekil 2.7	300dpi ve 72 dpi çözünürlükteki görseller.....	25
Şekil 2.8	Grid kullanan dergi sayfa örnekleri.....	28
Şekil 2.9	Asimetrik Izgara.....	30
Şekil 2.10	Simetrik Izgara	30
Şekil 2.11	Altın dörtgen ızgara.....	31
Şekil 2.12	Altın dörtgen ızgara.....	32
Şekil 2.13	Sayfada Aktif ve Pasif Kenar Boşlukları	34
Şekil 2.14	Dergi Sayfasında Izgara Sistemi	37
Şekil 2.15	Dergi Sayfasında Izgara Sistemi	38
Şekil 2.16	Okunabilirlik Örnekleri	44
Şekil 2.17	Kelime Boşluğu.....	46
Şekil 2.18	Tracking ve Kerning.....	48
Şekil 2.19	Yazı Boyutu(A), Satır Aralığı(B).....	48
Şekil 2.20	Tipografik Renk	50
Şekil 2.21	Başlık biçimlendirme	52
Şekil 2.22	Futura Yazıtipi Ailesi.....	52
Şekil 2.23	Dergi Sayfa Elemanları	54

RESİMLER LİSTESİ

Resim 3.1 Alldesign Magazine Dergisi Kapakları.....	63
Resim 3.2 XOXO The Mag Dergisi Kapakları	64
Resim 3.3 XOXO The Mag ve Alldesign Magazine Logo Kullanımı.....	65
Resim 3.4 Alldesign Yazı Kullanımı	67
Resim 3.5 Alldesign ve XOXO Kapak Sayfaları.....	68
Resim 3.6 XOXO Dergisi Başlıkların Yerleşimi	69
Resim 3.7 Alldesign Dergisi İçindekiler Sayfası	71
Resim 3.8 XOXO The Mag Dergisi İçindekiler Sayfası.....	72
Resim 3.9 Alldesign ve XOXO Dergileri İçindekiler Sayfaları.....	73
Resim 3.10 Alldesign ve XOXO Dergileri Künye Sayfaları	75
Resim 3.11 Alldesign ve XOXO Başlık, Yazar, Credits, Özet Alanları.....	78
Resim 3.12 Alldesign ve XOXO Gövde Metni ve Alt Başlık Alanları	83
Resim 3.13 Alldesign Dergisi Çekici Alıntı Kullanımı (Boşlukta, Görsel Üzerinde)	85
Resim 3.14 XOXO Dergisi Röportaj Sayfaları.....	87
Resim 3.15 XOXO Dergisi Görsel Kullanımı. 1-Kenar Boşluklu – Boşluksuz 2-Büyük-Küçük Görsel Kullanımı 3-Gutter Değerlerine Bağlı Kalarak Boşluk ve Çok Görsel Kullanımı.....	87
Resim 3.16 Alldesign Dergisi Makale Başlangıç Sayfaları.....	89
Resim 3.17 Alldesign Dergisi Görsel Kullanımı. 1-Yan Sayfaya Yayılma(spread). 2 ve 3 Gutter Değerinde Boşluk Kullanarak Çok Görsel Yerleştirme	90
Resim 3.18 Görsel Açıklama Metni. Solda Alldesign, Sağda XOXO.....	91
Resim 3.19 GBölüm Başlığı. Solda Alldesign, Sağda XOXO Dergisi.....	92
Resim 3.20 Folyo Kullanımı. 1-XOXO Sol Sayfa 2-XOXO Sağ Sayfa 3-Alldesign Sol Sayfa 4-Alldesign Sağ Sayfa.....	93

Resim 3.21 XOXO Dergisi 6 Sütun Grid/Izgara Yerleşimi.....	95
Resim 3.22 Alldesign Dergisi 9 Sütun Grid/Izgara Yerleşimi.....	96
Resim 3.23 Alldesign Dergisi Kenar Boşlukları.....	98
Resim 3.24 XOXO The Mag Dergisi Kenar Boşlukları	98
Resim 3.25 Alldesign Dergisi Beyaz – Gri – Siyah Alanlar.....	99

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problemin Tespiti

Tasarım konusunda yayın yapan iki derginin tasarım unsurlarının araştırılması, bu bileşenlerin grafik tasarım sanatına ve tasarım ilkelerine göre değerlendirilip, karşılaştırmalı olarak incelenmesi ve yorumlanması.

1.2. Çalışmanın Amacı

Dergi tasarımında tasarım unsurlarının incelenmesi,

Sayfa tasarım unsurlarını iki örnek üzerinde karşılaştırmalı olarak incelemek ve yorumlamak.

1.3. Araştırma Metodolojisi

Dergi tasarımı ile ilgili grafik tasarım esaslarının, bilgiler, kavram ve tekniklerin araştırılması,

Bu bilgiler ışığında; tasarım üzerine yayın yapan 2 derginin kapak sayfasından başlayarak, içindekiler, künye ve içerik sayfalarına kadar tüm öğelerinin ve yerleşiminin incelenmesi, karşılaştırmalı olarak yorumlanması şeklinde bir metodoloji belirlenmiştir.

1.4. Ünitelerin Planı

Tezim içeriğinde yer alan konuların bölümleri şu şekildedir:

İkinci bölümde, dergi yayıncılığında tasarım bileşenleri araştırılıp incelenecek, üçüncü bölümde, grafik tasarım ilkeleri üzerinden belirlenen kriterlere göre iki dergi karşılaştırmalı olarak incelenecek, dördüncü bölümde ise araştırmanın sonuçları ortaya konarak önerilere yer verilecektir.

DERGİ YAYINCILIĞINDA TASARIM BİLEŞENLERİ

2.1 Dergi Nedir?

Dergiler günümüzün basılı iletişim ve grafik tasarım elemanları arasında önemli yer tutar. Dergiler belirli bir konunun ayrıntılı olarak incelendiği bir iletişim aracıdır. Dergilerde gazeteler gibi bir takım haberleri ve araştırma metinlerini içerir, ancak günlük olarak yayınlanmazlar. Dergiler periyodik olarak haftalık, aylık, üç aylık, altı aylık veya yıllık olarak yayınlanırlar.

Dergi; düzenli aralıklarla yayınlanan, değişik ilgi alanlarına sahip okuyuculara hitap eden, deneme, makale, inceleme, araştırma ve eleştiri gibi yazıları, değişik edebi türleri ya da belirli konulara yönelik derlemeleri içeren ve genellikle resimli olan basılı yayınlardır.

Dergiler alanlarına göre; toplumu bilinçlendiren medya iletişim araçlarındandır. Çoğunlukla aylık olarak yayımlanır. Ancak haftalık ya da iki aylık ve yılda bir kez çıkan dergiler de vardır. Dergiler nitelik bakımından gazetelerden farklıdır. Gazetelerde gerektiği gibi incelenmeyen, atlanan bilgilerin daha yoğun bir şekilde verilmesi söz konusudur. (Türk, Kansu ve Cıylan, 2007:149)

Ulusal platformda dergiden bahsedildiği zaman, aklımıza parlak kağıda basılmış, içinde renkli resim ve reklam bulunan medyalar gelir. Yerel anlamda ise dergi çok daha geniş bir terimdir. Parlak kağıda basılmamış, içinde renkli resim ve reklam bulunmayan bir yayına da dergi diyebiliriz.

Dergilerin en belirgin özelliği, yöneldikleri belirli bir okuyucu kitlesinin olmasıdır. Dergiler değişik hedef kitlelere yönelmektedir. Örneğin; hukuk dergisi, ekonomi dergisi, kadın dergisi gibi. Ekonomiyi ilgilendiren bir konu, kadın dergisine gönderilirse yayınlanmaması muhtemeldir. Dergiler halkla ilişkiler uzmanının özel kitlelere ulaşması gerektiğinde işini kolaylaştırır.

Çünkü verilecek mesajlar daha kolay işlenebilecek, kitlelere daha kolay ulaşabilecektir.

Dergiler, işletmeler tarafından da çıkartılabilir. İşletme dergileri çalışanlara, ortaklara, müşterilere, bayilere vb. yönelik hazırlanır. Bu tür dergilerde kuruluştaki meydana gelen olaylar, ziyaretçiler işletme faaliyetleri, atamalar, kutlamalar vb. yer alır. Gerçek anlamda dergiler batıda basımcılığın gelişmesinden sonra ortaya çıkmaya başlamıştır. Zamanla kitap ile gazete arasındaki geniş bir alanı dolduran dergiler, günümüzde biçim ve içerik açısından çok değişik türlere ayrılmıştır. (Türk, Kansu ve Ceylan, 2007:150)

2.1.1 Hedef kitlelerine göre dergi türleri:

- Geniş toplum kesimlerine hitap eden genel konulu dergiler (Tempo, Aktüel)
- Belirli toplum kesimlerine hitap eden dergiler (spor, kadın, moda, çocuk yayımları)
- Meslek dergileri (Bankacılık, mühendis mimar odaları yayımları)

(Teker, 2009:127)

2.1.2 İçeriklerine göre dergi türleri:

İçeriklerine göre dergiler birçok farklı türe ayrılmaktadır. Siyaset, hobi, kişisel bakım, sağlık, dekorasyon, bahçe bakım, moda, magazin, bilim-teknoloji, tarih, fotoğraf, araba, spor, edebiyat, sanat, sinema, gıda, ambalaj, mimari, dekorasyon, eğitim, çocuk, bebek bakımı, gezi vb. spesifik alanlara yönelik hazırlanan dergiler, reklamverenlere ürünlerine ve hedef kitlelerine uygun olarak reklamlarını konumlandırabilme imkanı sunmaktadır.

Dergiler, sürekli takipçisi olan hatta bu dergilere abone olan ve biriktiren, üst sosyo-ekonomik sınıftaki bir okuyucu kitlesine sahiptir. Bu açıdan, reklamverenler ürün ya da hizmetlerinin hedef kitlesinin sürekli takip ettikleri ve güvenilir bir kaynak olarak belirledikleri dergilere reklamlarını verdikleri takdirde, bu reklamların farkına varılması ve bilgilendirici

reklamların hedef kitleler tarafından okunması sağlanabilmektedir. (Elden ve Yeygel, 2006:39)

Pek çok dergi gözde ve umut veren birinci baskılarını yaptıktan sonra bir daha ortalarda görünmezler. Bir de boşluğu doldurmanın bir yolunu bulan ve gitgide büyüyerek büyük tirajlar elde eden uzun dönemli olanlar vardır.

Dergilerin kendilerine özgü özellikleri bulunur. Olağanüstü güzel baskılara olanak veren kaliteli kağıda basılırlar. Bunun anlamı yüksek kalitede renk baskısı yapabildikleridir. İlginç yayın içerikleri de olunca, dergilerin çoğu gerek okuyucular gerekse reklam veren firmalar arasında büyük ölçüde saygınlık ve ün kazanırlar. Diğer reklam araçları arasında genellikle dergiler en uzun ömürlü olanlardır. Çoğu biriktirilir ve yıllar boyu saklanır.

Gazeteler ve radyo yayınları toplam izleyicilerini bir günde ya da o anlık yakalarken, dergiler satışlarını belli bir noktaya getirip bunu belli bir dönem koruyarak uzun ömürlü olmanın özelliğini yansıtır. Araştırmalar, alışıldık haftalık bir derginin olası alıcılardan oluşan ölçülebilir okurlarını sekiz haftayı aşan bir dönem boyunca gitgide artırarak elde ettiğini göstermektedir.

Aylık bir dergi ilk yayma girmesinden başlayarak 12 hafta boyunca sürekli yeni okurlar edinir.

Dergilerin bir lüks olmaktan çok bir gereklilik olarak düşünülmesi yaygındır. Bunun nedeni, derinlemesine bilgiye susamışlığı gidirmeleridir. Ayrıca özel kişisel ilgi alanlarına diğer basın araçlarının yapmadığı ölçüde değinirler. Öyleyse, dergiler kendi çevrelerini kendileri yaratmaktadırlar. Üstelik dergiler rahatlık sunarlar. İş ve el çantalarına kolaylıkla sığıdıklarından dilendiğinde okunmak üzere plaja, tekneye, trene, otobüse, uçağa götürülmeleri de kolay olur, ayrıca haftalık ya da aylık olduklarından günü gününe okunma zorunlulukları da yoktur. (Book ve Schick,1998:167)

2.1.4 Kitle İletişimi Açısından Basılı Kitle İletişim Araçlarının Üstün ve Zayıf Yönleri

Matbaanın bulunuşundan itibaren baskı teknolojilerinde yaşanan gelişme ve değişimler, kitle iletişimi açısından basılı yayın araçlarının önemini arttırmıştır. Basılı kitle iletişim araçları arasında, okuyucu sayısı en fazla olan günlük gazetelerdir. Ne var ki günlük gazeteler geniş bir alıcı yelpazesine ulaşmak amacıyla, her yaştaki ve her gelir düzeyindeki okuyucu kitlesine hitap edecek yazı ve haberlere yer verirler. (Teker, 2009:32)

Buna karşın, periyodik olarak yayınlanan dergi ise, daha az sayıda fakat belirli özelliklerine sahip daha homojen okuyucu kitlesine sahiptirler.

Basılı kitle iletişim araçlarının, sözlü ve görüntüsel araçlardan farklı olarak sahip oldukları üstünlük, kalıcı olmaları ve doküman olarak kullanılabilmeleridir. Günlük gazetelerin güncel (aktüel) olma süresi sadece bir gün olmasına karşın, dergiler daha uzun süre aktüel kalma özelliğine sahiptir. Ayrıca, bir gazete veya derginin birden çok kişi tarafından okunması mümkündür (Kocabaş, F.-M. Elden,1997, S.27). (Teker, 2009:33)

Dergiler genellikle haftalık ve aylık olarak çıktığı için raf ömürleri gazetelere göre uzundur. Bu nedenle ofislerde ve bekleme salonlarında tarihine bakılmaksızın dergilerin okunma olasılığı yüksektir. Dergilerin de gazeteler gibi baskı sayısı ve ne kadar kişiye ulaşacağı bilinir. (Tayfur, 2008: 160)

Tüketicinin aralarından seçim yapabileceği, düşünebileceğiniz hemen her ilgi alanına eğilen geniş bir dergi yelpazesi vardır. (Book ve Schick, 1998:168)

2.2 Sayfa Mizanpajı

Mizanpaj kelimesi Fransızca kökenlidir ve düzenleme anlamına gelir. Tasarımda mizanpajın farkı; düzenleme işleminin kağıt veya bilgisayar ortamında yapılmasıdır.

“Kısaca mizanpaj; kağıt üzerinde belirlenmiş bir alanın, yazı, resim, fotoğraf ve grafiklerle, belirli kurallar çerçevesinde düzenlenmesi işlemidir. “
(Bayar, 2013:21)

Dergi tasarımının aşamaları; Sayfa Tasarımı / Sayfa Düzeni / Mizanpaj şeklindedir. Tasarıma başlamadan önce fotoğrafların ve metinlerin yerlerini gri alanlar, yani lekeler olarak belirlemek işimizi kolaylaştırır. (Şekil 2.1) (Bayar, 2013:22)



Şekil 2.1 Metin ve resimlerin yerlerine gri alanlar kullanma (Bayar, 2013:22)

2.2.1 Mizanpaj çeşitleri

Dergi tasarımında; tasarımı oluşturan görsel elemanlar ve sayfa daha özgür kullanılabilir. Gazete tasarımında sayfa, içeriğin yoğunluğu nedeniyle olabildiğince ekonomik kullanılmasına rağmen, dergi tasarımında sayfanın üzerinde kullanılan malzemelerle sergilediği görsel güzellik ön plandadır. Dergi tasarımı sayfalar arasında uyumun ön plana çıkarılması gereken görsel bir bütündür.

Dergilerde en ideal sayfa formatı 3 sütündür. 4 yada 5 sütun sayfa formatları çok sayıda kelime bölünmesine neden olacağı için dergide okumayı zorlaştırır. 2 sütunluk format daha çok yazı ağırlıklı dergilerde kullanılmalıdır. Dergilerde hiçbir zaman kitaplardaki gibi tek sütunluk bir sayfa formatı uygulanmaz. (Bayar, 2013:25)

Dergilerin sayfa sayısı basım dilinde forma olarak adlandırılır ve bir forma 16 sayfa olarak belirlenmelidir. 8 sayfa yarım forma, 24 sayfa 1,5 forma, 32 sayfa 2 forma olarak adlandırılır. (Şekil 2.2)

16 sayfa forma düzeni	24 sayfa forma düzeni																																								
<table border="1"><tr><td>1</td><td>16</td><td>13</td><td>4</td></tr><tr><td>8</td><td>9</td><td>12</td><td>5</td></tr></table> <p>1 forma önyüz</p>	1	16	13	4	8	9	12	5	<table border="1"><tr><td>8</td><td>5</td><td>20</td><td>17</td></tr><tr><td>6</td><td>4</td><td>21</td><td>18</td></tr><tr><td>12</td><td>1</td><td>24</td><td>13</td></tr></table> <p>1 forma önyüz</p>	8	5	20	17	6	4	21	18	12	1	24	13																				
1	16	13	4																																						
8	9	12	5																																						
8	5	20	17																																						
6	4	21	18																																						
12	1	24	13																																						
<table border="1"><tr><td>3</td><td>14</td><td>15</td><td>2</td></tr><tr><td>9</td><td>11</td><td>10</td><td>7</td></tr></table> <p>1 forma arkayüz</p>	3	14	15	2	9	11	10	7	<table border="1"><tr><td>18</td><td>19</td><td>9</td><td>7</td></tr><tr><td>15</td><td>22</td><td>3</td><td>10</td></tr><tr><td>14</td><td>23</td><td>2</td><td>11</td></tr></table> <p>1 forma arkayüz</p>	18	19	9	7	15	22	3	10	14	23	2	11																				
3	14	15	2																																						
9	11	10	7																																						
18	19	9	7																																						
15	22	3	10																																						
14	23	2	11																																						
32 sayfa forma düzeni	48 sayfa forma düzeni																																								
<table border="1"><tr><td>1</td><td>16</td><td>13</td><td>4</td></tr><tr><td>8</td><td>9</td><td>12</td><td>5</td></tr><tr><td>17</td><td>32</td><td>29</td><td>20</td></tr><tr><td>24</td><td>25</td><td>28</td><td>21</td></tr></table> <p>1 forma önyüz</p>	1	16	13	4	8	9	12	5	17	32	29	20	24	25	28	21	<table border="1"><tr><td>22</td><td>3</td><td>6</td><td>19</td><td>24</td><td>1</td></tr><tr><td>15</td><td>10</td><td>4</td><td>81</td><td>13</td><td>12</td></tr><tr><td>46</td><td>27</td><td>30</td><td>43</td><td>48</td><td>25</td></tr><tr><td>39</td><td>34</td><td>18</td><td>47</td><td>37</td><td>36</td></tr></table> <p>1 forma önyüz</p>	22	3	6	19	24	1	15	10	4	81	13	12	46	27	30	43	48	25	39	34	18	47	37	36
1	16	13	4																																						
8	9	12	5																																						
17	32	29	20																																						
24	25	28	21																																						
22	3	6	19	24	1																																				
15	10	4	81	13	12																																				
46	27	30	43	48	25																																				
39	34	18	47	37	36																																				
<table border="1"><tr><td>3</td><td>14</td><td>15</td><td>2</td></tr><tr><td>9</td><td>11</td><td>10</td><td>7</td></tr><tr><td>19</td><td>30</td><td>31</td><td>18</td></tr><tr><td>22</td><td>27</td><td>29</td><td>23</td></tr></table> <p>1 forma arkayüz</p>	3	14	15	2	9	11	10	7	19	30	31	18	22	27	29	23	<table border="1"><tr><td>40</td><td>33</td><td>32</td><td>41</td><td>38</td><td>35</td></tr><tr><td>45</td><td>28</td><td>29</td><td>44</td><td>47</td><td>26</td></tr><tr><td>16</td><td>9</td><td>8</td><td>17</td><td>14</td><td>11</td></tr><tr><td>12</td><td>4</td><td>5</td><td>20</td><td>23</td><td>2</td></tr></table> <p>1 forma arkayüz</p>	40	33	32	41	38	35	45	28	29	44	47	26	16	9	8	17	14	11	12	4	5	20	23	2
3	14	15	2																																						
9	11	10	7																																						
19	30	31	18																																						
22	27	29	23																																						
40	33	32	41	38	35																																				
45	28	29	44	47	26																																				
16	9	8	17	14	11																																				
12	4	5	20	23	2																																				

Kaynak:http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2009/12/uncharted_pes_ettirdi_formalar_birbirine_karisti_sonunda_katlayip_kaldirdik.html
Şekil 2.2 16,24,32 ve 48 sayfa formalar

Dergilerde sayfa numaraları, ya sayfa bantlarında ya da sayfa altlarında verilir. Tek numaralı sayfalarda rakamlar sayfanın sağ köşesine, çift numaralı sayfalarda da sayfanın sol köşesine yerleştirilir. Sayfa numaraları sayfa altlarında verildiği gibi sayfanın ortasında da yer alabilir. Sayfa numaraları ilk sağ yapraktan başlanarak verilir. (Bayar, 2013:27)

2.2.2 İzleyici ve sayfa

İzleyici elindeki dergi, gazete gibi tasarımlara göz gezdirirken, üç aşamalı bir yol takip eder.

Birinci aşama:ilk aşamada dikkati çeken şeyler, ana başlıklar, fotoğraflar, görsel öğeler, sayfa üzerinde kullanılmış renkler ve çerçevelerdir. Bu aşamada okuyucunun gözü, sürekli okuma alışkanlığına sahip olduğu imzalı yazıları da takip ederler.

İkinci aşama:Bu ilk aşamadaki göz gezdirişten sonra okuyucu ilk gözlem sırasında dikkatini çeken bir başlık, bir fotoğraf veya habere yönelir. Burada dikkati çeken ve okuyucuyu en çok etkileyen, öğelerin görsel yerleşimi, yani etkin bir mizanpaj kurgusudur.

Üçüncü aşama: Bu aşamada artık okumak için odaklandığı yazıyı okumaya başlar. Burada izleyiciyi etkileyen en önemli unsur okuduğu yazının tipografik ve görsel kurgusudur. Ayrıca okuduğunuz yazının metin boyutu da, o yazıyı okuması konusunda etkileyebilir. Yazının içeriğiyle orantısız olarak çok uzun olması okumayı caydıracaktır. (Bayar, 2013:31)

2.3 Sayfa Tasarımı Prensipleri

2.3.1 Zıtlık (Kontrast)

Görsel olarak etkili bir alan oluşturmak, sayfa tasarımında ön koşuldur. Görsel etki alanı öğelerin sayfada zıt (farklı boyutlarda, koyu-açık renklerde vb.) olarak kullanılması ile oluşturulur. Zıtlık sayfa üzerinde kullanılan her tür materyalle uygulanabilir. Örneğin; sol sayfada beyaz zemin üzerinde koyu renkli bir insan fotoğrafıyla, sağ sayfadaki siyah zeminde beyaz yazı birbirlerine zıttırlar ve bu zıtlığın meydana getirmiş olduğu dengeyle estetik yakalanmıştır. (Bayar, 2013:37)

2.3.2 Vurgu

Her türlü sayfa tasarımı görsel bir vurgu noktasına ihtiyaç duyar. Bu vurgu, çekicilik ve görsel hiyerarşi açısından mutlak gerekli bir elemandır.

Kontrast, ön plan, arka plan gibi kavramlar, vurguyla birlikte anılması gereken diğer görsel tasarım kurallarındandır. Bir tasarımda hangi görsel unsurun nasıl öne çıkacağını belirlemek başlı başına bir sorundur, bu aşamada oluşturulmaya çalışılan görsel hiyerarşi, tasarımın dinamik yapılarını ve verilecek mesajın gücünü belirler. (Uçar, 2004:155)

Tasarımcı, hangi görsel unsuru (başlık, metin, illüstrasyon, fotoğraf) vurgulaması gerektiğine önceden karar vermeli, bu kararı verdikten sonra da, her unsur üzerinde farklı vurgulama yöntemleri (boyut büyütme, kalınlaştırma, koyu ton ya da canlı renk kullanımı, değişik kompozisyonlar vb.) denemelidir.

Bir tasarımda vurgulayıcı unsurun ne olacağını saptamak başlıbaşına bir problemdir. Vurgulayıcı unsur; konuya, müşterinin tutumuna ve hedef kitlenin özelliklerine göre değişebilir.

Tasarımcı, vurgulayıcı unsuru tasarımının neresinde kullanacağını da belirlemek zorundadır. Vurgulamanın, tasarımın optik merkezinde yer alması çoğunlukla yerinde bir karardır. Vurgulayıcı unsurun böyle bir noktaya yerleştirilmesi, mesajın daha çabuk ve etkili aktarılmasını sağlayacaktır.

Vurgulama konusunda şu önemli kural unutulmamalıdır: Bir tasarım yüzeyinde herşey aynı anda vurgulanmak istenirse, vurgu kavramı yok olur. Bu nedenle, önce algılanması gereken vurgulayıcı unsurun birden fazla olmamasına dikkat edilmelidir. (Becer, 2009: 74)

Vurgulama tamamlanmış tasarım safhasında kullanılır. Bu safhada tasarımın prensipleri ve amacı çözülmüş, eser bitmiş ve vurgu objesi etki noktasına yerleştirilmiştir. (Tuksal, 2008:23)

2.3.3 Benzerlik / Bütünlük

Tasarım ilkelerinin belki de en önemlisi, bütünlüktür. Bir tasarım içindeki görsel unsurlar bütünlük oluşturacak şekilde bir araya getirildiğinde, kompozisyondaki dağınıklığın ve parçalanmanın önüne geçilmiş olur. Tasarımcı, kompozisyonunda bir arada kullanabileceği unsurları seçerek gruplandırmak ve bunları birbirleriyle uyum sağlayacak biçimde

düzenlemelidir. Aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar; bir tasarımda ideal bütünlüğü oluştururlar. Birimler kendi aralarında ve ayrıntılarda oluşturdukları kontrastlarla yeniliği ve tazeliği vurgularken, birlikte meydana getirdikleri doku ise bütünlük oluşturur. (Becer, 2009:72)

Birlik(bütünlük), kenar çizgileri, kutular, üst üste binen öğeler, yinelenen biçimler ve arka plandaki renk ile elde edilir. (Book ve Schick, 1998:98)

Tasarımın en önemli kuralı bütünlüktür. Tasarımda elemanların bir uyum içinde bir araya getirilip gruplanması dağınıklığı önleyeceği gibi, tasarıma ritim de katacaktır. Bütünlük için benzer yapıdaki (doku, renk ve boyut) elemanları seçip gruplamak gerekir.

Sürekli yayınlarda (dergi gibi) bütünlüğü kurumsal kimlik gibi kullanmalıyız. (İstek, 2005:81)

Bütünlük, tasarımın olması gereken amacı ve en önemli özelliğidir. Bütünlük görsel benzerliği olan elemanlarda vardır. Bütünlüğü kuramazsak okunamayan ve kafa karıştırıcı bir tasarım elde ederiz. Fakat çeşitliliği olmayan bir tasarım da hareketsiz, cansız ve ilgisiz hale gelir. (İstek, 2005:89)

2.3.4 Hiyerarşi

Görsel hiyerarşi, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirme anlamına gelir. Bazı tasarımlarda fotoğraf ya da illüstrasyon büyük boyutlarda kullanılarak vurgulayıcı unsur haline dönüştürülür, kimi tasarımda ise tipografi, hatta bazen beyaz boşluk ön plana çıkarılır. Boyut dışında; renk, açıklık-koyuluk(ton), uzaklık-yakınlık ve konum da görsel hiyerarşiyi etkileyen diğer unsurlar arasında sayılabilir.(Becer, 2009: 69)

Tasarımcı görsel hiyerarşiyi amacına uygun şekilde kullandığı takdirde, mesajını etkin şekilde kurgular ve okuruna iletir. Tüm bu süreç içinde renk, büyüklük, tipografi, imaj (fotoğraf, illüstrasyon veya diyagram) açıklık, koyuluk, tasarımcının organize etmesi gereken elemanlardandır. Bahsedilen

hijerarşik yapının tasarımı aşamasında sayısız seçenekler ortaya çıkabilir, örneğin büyük olan her zaman en önce algılanan eleman olmak zorunda değildir. Büyük pastel bir fotoğrafın yanındaki parlak renklere sahip dinamik ve etkin bir görsel imaj, sayfanın kurgusunu tamamen değiştirebilir. (Uçar, 2004:154)

İyi tasarım, okuyucuyu yazının ve görsel elemanların anlamına göre yönlendirir. Bu, içerikle ilgilidir. En önemli daha az önemli sıralaması gibi. Tasarım içindeki elemanları vurgulamak istenen mesaja göre ölçülendirirsek, ki bunu renkle, uzaklık yakınlık veya beyaz boşlukla da yapabiliriz, o zaman tasarımda hiyerarşi denen koşul gerçekleşmiş olur.

Bir elemanın büyük olması onun önemli olduğunu göstermez. Küçük elemanların sayfa içindeki yerini, yönünü ve rengini doğru seçersek onları sayfada birinci sıraya oturtabiliriz. Önemli olan çevrede bulunan diğer elemanların birinciyi işaret ediyor olmasıdır, çevrede bulunan ikinci ve üçüncü sıradaki elemanlar birinci elemandan daha büyük olsalar bile. (İstek, 2005:91)

2.3.5 Üç temel leke

Leke değerlerinin ilişkisi ve yerleşimi grafiğe anlam kazandırdığı gibi sayfa tasarımında da hiçbir zaman göz aradı edilmemesi gereken bir konudur.

Sayfa grafik tasarımında kullanılan objelerin, gerek tek olarak, gerekse grup halinde oluşturdukları leke değerleri genel olarak üç grupta toplanır. Açık değerler sayfanın boş olan alanları beyaz lekeleri, orta değerler yani metin satırları gri lekeleri, fotoğraf, illüstrasyon, resim, grafik gibi koyu değerler siyah leke değerlerini gösterir. (Bayar, 2013:40)

1- Beyaz lekeler: Tasarımda kullanılan boş alanların, fotoğraf altlarının ve çevrelerinin kapladığı alanların leke değerleridir. Tasarımda görselin etrafında açık leke değerleri bırakılarak, görselin dikkat çekmesi sağlanmış olur. Tasarımcı metinleri görsele daha yakın konumlandırmış olsaydı görsel etkin şekilde ön plana çıkamazdı.

2- Gri lekeler: Dergi içeriğini oluşturan üst başlıklar, alt başlıklar ve metin

aralarına görsel güzellik kazandırmak için kullanılan spotların kapladığı tek tek veya grup halinde oluşturdukları leke değerleridir.

- 3- Siyah lekeler: Tasarım sırasında kullanılan metinlerin ana başlıkları, görselleri ve kalın çizgiler ile çerçevelerinin tek tek veya grup halinde oluşturdukları leke değerleridir. (Bayar, 2013:42-43)

2.4 Format – Biçim

Biçim ya da format kitap, dergi, broşür, ambalaj parçası, hatta web sitesi olsun, bir nihai ürünün fiziksel şekli ve boyutudur. Biçim seçimi, tasarımcının vizyonu ve uygulamada göz önünde bulundurması gereken hususların bir birleşimidir. Bu hususlar, hedef kitlenin kim olduğu, tasarımın nerede izleneceği ve kullanılacağı, sunulacak bilginin doğası ve mevcut bütçe olabilir.

Format seçiminde yaratıcı bir yaklaşım, sunulmak istenen genel mesajı geliştiren, heyecan verici sonuçlar üretebilir. Biçim seçimi, malzemeler, üretim ölçeği ve ekstra baskı tekniklerinin kullanımını içerir; her biri tasarımı genişletirken, bütçeyi aşmaya gerek kalmadan eşsiz sonuçlar elde edilebilir. (Ambrose ve Harris: 2013a:9)

Bir tasarımcı, teorik olarak tercih ettiği herhangi bir sayfa boyunu kullanabilir ancak sayfa boyutu seçimi yapılırken görsel etkiler dikkate alınmalıdır. Geliştirilen sayfadaki boşluklar, alanı teorik olarak böler ve tanımlar; böylece sayfa mantıklı, üzerinde kolay çalışılır ve hepsinden önemlisi gözü yormayan orantıları içerir.

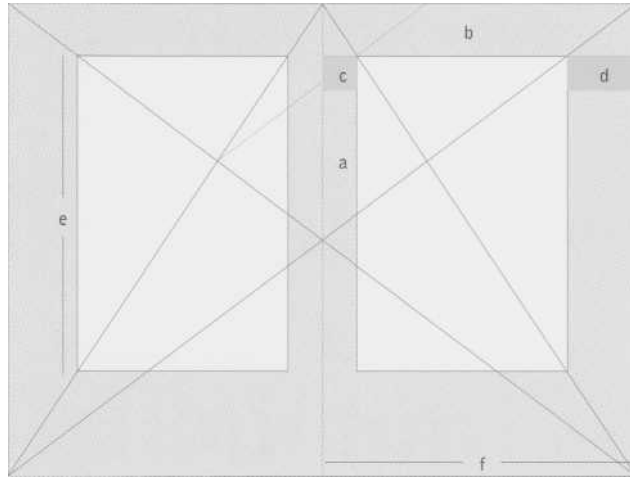
2.4.1 Sayfa düzeni geliştirme

Bin yılı aşkın bir süredir sayfa boyutları beşgen, altıgen, sekizgen, daire, kare ve üçgen kullanılarak inşa edilmiştir. Eski müstensih ve yazı tasarımcıları, bal peteğinin altıgen yapısı ve çiçeklerin beşgen bir yapıyla büyümeleri gibi doğal olaylardan etkilenmişlerdir; sayfa boyutları için temel olarak bu şekiller kullanılmıştır. Karşılıklı olarak, sayfa içinde metin ve

grafiklerin nereye konumlandırılacağı, etkin alanın yerinin belirlenmesi için temel oluşturur.

Aşağıdaki şekil, öncülüğünü Alman tipograf Jan Tschichold (1902-1974)'un yaptığı 2:3 oranlarda bir sayfa boyutuna göre tasarlanmış, klasik sayfa düzenini göstermektedir. Sırt (omurga) (a) ve başlık (b) kenar boşlukları, sayfanın dokuzda biri olarak konumlandırılmış. Bu sayfanın basitliği metin bloğunu "içeren" mekânsal ilişkiler tarafından oluşturulmuştur.

Izgara, uyumlu oranlar oluşturur: İç kenar (c) dış kenarın (d) yaklaşık yarısı kadarken, metin bloğunun yüksekliği, (e) sayfa genişliğine (f) eşittir. (Şekil 2.3) (Ambrose ve Harris: 2013a:10)



Şekil 2.3 Klasik ızgara biçimi (Ambrose ve Harris 2013a:10)

2.4.2 Sayfa boyutu

Tartışmaya açıktır ki çoğu deneysel ve maceracı sayfa düzeni tasarımı, dergi ve broşürlerde bulunur. Bu mecralar tasarımcılara, farklı malzemeler ve baskı teknikleri kullanımının yanı sıra şekil, boyut ve biçimde deney yapma şansı sunar ancak ana akım yayıncılıkta, standart raf boyutlarında basılan dergilerin, aynı türdeki diğer dergilere belirli bir derecede benzer olması gereklidir.

Üç standart boyut aşağıda gösterilmiştir ancak boyutu daha dar veya daha kısa tutmak sıkça rastlanılan bir uygulamadır. Bu ölçümler, baskı sonrasında minimum kesimle sonuçlanır. "Dikkat çekmek" için birçok yayın eninden veya boyundan kesilerek farklılık yaratılır. Soldan sağa: Aşırı büyük, standart ve cep boyu. (Ambrose ve Harris, 2013b: 168)

Bir tasarımcı, herhangi bir sayfa boyutunu seçmekte özgür olmasına rağmen, kâğıt firesi ve standart dışı boyutlarda kesme maliyeti gibi, bu seçimi etkileyecek, göz önünde tutulması gereken pratik ve ekonomik konular vardır. ISO (International Organization for Standardization - Uluslararası Standardizasyon Örgütü) standart kâğıt boyutlarını belirler. Var olan standart boyutlar sıkıcı görünebilir ama yine de işlevini yerine getirir ve tasarımlarda sorunsuz biçimde kullanılabilir.

ISO sistemindeki ana A boyutları aşağıda gösterilmiştir. Bunlar milimetre cinsinden belirlenmiş değerlerdir.

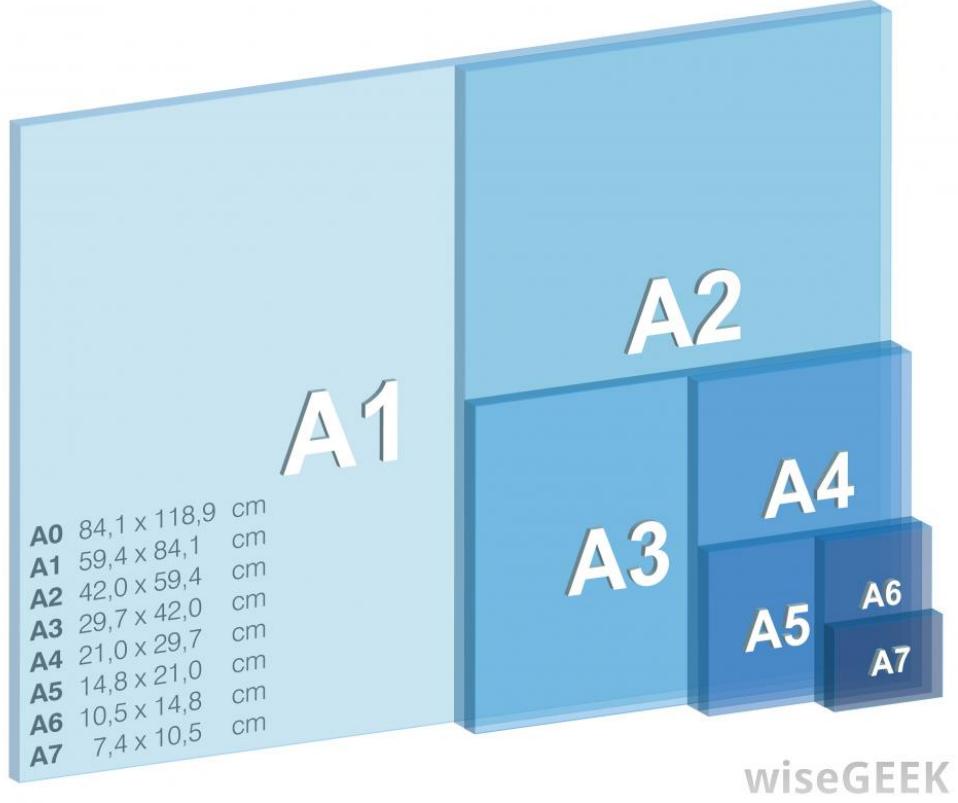
Dergilerde Kullanılan Ebatlar:

6 x 19,5 cm., 10 x 21 cm., 11 x 22 cm., 13,5 x 19,5 cm., 14,8 x 21 cm., 16,5 x 24 cm.,

17 x 27 cm., 19,5 x 27 cm., 20 x 27,5 cm., 18 x 20 cm., 20 x 20 cm., 20 x 22 cm.,

20 x 24 cm., 21 x 24 cm., 22 x 24 cm., 22 x 22 cm., 21 x 29,7 cm., 22 x 31 cm.,

22 x 32 cm., 22 x 33,5 cm., 24 x 30 cm., 24 x 33,5 cm. (Dergi Hakkında Bilgiler, Anonim, b.t.)



Kaynak: <http://www.wisegeek.org/what-is-a4-paper.htm>
Şekil 2.4 Amerika dışındaki ülkelerde ISO A standart kağıt boyutları

2.4.3 Kağıt ve özellikleri

Profesyonel bir grafik tasarımcının baskı üzerinde çalışırken vereceği en önemli kararlarından biri hangi kağıdı kullanması gerektiğidir.

Projenizde seçtiğiniz kağıt tipi bakma ve dokunma hissini önemli derecede etkileyecektir.

Pürüzsüz yüzeye sahip bir kağıt baskıda renk için daha iyidir. Dokulu bir yüzeye sahip kağıt ise genellikle daha emicidir ve renkler daha cansız görünür. (Seddon ve Waterhouse, 2009:20)

Dergilerde Kullanılan Kağıt Cinsi ve Gramajları;

İç Sayfalarda: Genellikle, 115 - 135 - 157 - 170 Gr/m². Kuşe kağıt kullanılmaktadır.

Kapak Baskısında: İç sayfaların gramajına uygun olarak; 135 - 170 - 200 - 250 - 300 - 350 - 380 - 400 gr/m² mat veya parlak kuşe kağıt yada isteğe bağlı olarak Amerikan Bristol Kağıt kullanılmaktadır.

Dergi basımında sayfa sayısı belirlenirken maliyetin uygun çıkması için 16 - 24 - 32 - 40 yaprak ve ayrıca isteğe göre kapak seçilmelidir.

Dergilerde kullanılan kağıdın kalitesinin yüksek olması resimlerin daha net olarak algılanmasını sağlar. (Tayfur, 2008:165)

Farklı renkte kâğıt stoklarını kullanmak, özellikle başka türlü tek ton olacak bir tasarıma renk eklemenin genellikle gözden kaçırılan bir yöntemidir.

Kâğıt stokları çok çeşitli renklerde mevcuttur ve bu çeşitlilik tasarımcıya pek çok farklı türü birleştirmek için büyük oranda farklılık ve yaratıcı potansiyel sağlar. Basıldıkları zaman, en koyu renk kâğıtlar dışında tüm kâğıt stokları metin okunurluğunu korur.

Kâğıt seçiminin renk üretimi üzerinde dramatik bir etkisi olabilir. Bazı stoklar çok emicidir ve bu nedenle donuk renk verirler, bazılarının ise yüksek kalite renk üretimi vermek için tasarlanmış yüzey kaplamaları vardır. Aşağıdaki tablo, farklı kâğıt stoklarının renk basımı için uygunluğunu özetler. (Ambrose ve Harris, 2013c:60)

Tür	Özellikleri	Renk üretimi	Kullanım
Kaplamasız veya ofset	Çok emici olduğundan keskin renkli görselleri çoğaltmak zordur	İyi ama keskin görsel gereksinimi olduğunda sınırlı	Dergiler
Mat	Mat yüzeyi olan kaplamalı kâğıt stokları	Mükemmel, az parlıtlı düz renkler. Foto-realist görseller için ideal	Dergiler, kitaplar, el ilanları, broşürler, kataloglar
İpek/saten/ yarı-parlak	Mattan daha parlak ama parlaktan daha mat stok	Mükemmel, az parlıtlı, foto-realist görseller için ideal	Dergiler, kitaplar, el ilanları, broşürler
Parlak	Pürüzsüz ve çok beyaz parlak yüzeyli kaplamalı kâğıt	Mükemmel, parlak renkleri üretmek için ideal	Dergi ve broşür üretiminin vazgeçilmezi
Parlak kuşe	Ağır, kil kaplı kâğıt stoku. Genellikle yaprağın bir tarafında çok parlak yüzey elde etmek için, hâlen ıslakken cilalı, sıcak metal silindire basılır	Mükemmel renk üretimi	Dergiler, el ilanları, broşürler
Yarı saydam kâğıt (aydinger)	Kâğıt lifleri arasında çok az boşluk olan yarı saydam kâğıt stoku. Düşük emiciliği nedeniyle basımı zordur	Mümkün ama sınırlı	Özel projeler
Pelür kâğıt	İnce, çok emici kâğıt stoku	Uygun değil	Uygulanamaz

Şekil 2.5 Farklı kâğıt stokları ve renk basım uygunluğu (Ambrosse ve Harris, 2013c:60)

2.5 Renk

Duyusal algı olarak renk: Bilgilerimizin yaklaşık %80'ini çevremizden alırız. Renk, çevreyle birlikte tanımlanan bir olgudur, bu yüzden bilgi ve iletişim boyutunda doğal-yapay çevreyi anlamak ve ilişkide bulunmak kesinlikle gereklidir. Renkler, görsel, duysal, bilgisel, estetik, sembolik ve psikolojik etkileri yaratır.

Renkler farklı dalga boylarına sahiptir. Işığın ve rengin bu özelliği, görülebilirlik, sıcak, soğuk gibi kimi tanımlamaları yaratır. Dalga boylarındaki fark dolayısıyla turuncu ve sarı ilk fark edilen renklerdir.

Saf ya da birincil renkler olarak adlandırılan renkler, renk çarkında kullanılan temel renklerdir. Bu renkler birbirleriyle karıştırıldıkları, beyaz veya siyah eklendikleri ölçüde saflıkları bozular, opaklaşır ve pastelleşirler. Saf renklerin kolay algılandığı, temizlik, arınmışlık, huzur etkisi uyandırdığı

deneylemlerle kanıtlanmıştır. Diğer yandan rengin kültürlerarası farklı anlamlandırılması da göz önünde tutulmalıdır. Söz gelimi siyah, Batı toplumlarında matemî, ölümü sembolize ederken bazı toplumlarda aynı durum için beyazın kullanıldığı görülmüştür. Batı’da turuncu, enerjik, mutluluk, heyecan kavramlarıyla örtüşen bir anlam bütünlüğüne sahipken; Doğu’da Hindistan’da, kutsal bir renktir. Bu nedenle reklamcılıktaki kullanımını Batı’daki kadar yaygın değildir. Renkler arasında kontrastlıktan bahsedildiğinde farklı çiftlemeler oluşturulabileceği gibi en mutlak ve kesin zıtlık, siyah ve beyaz arasındadır.

Renkler tarihsel, kültürel ve duygusal boyutlara sahiptir. Bazen nesnelere formlarıyla algılamadan daha önce renkleri ile algılar ve anımsarız. “Uluslararası Renk Danışmanları Derneği”nin Avrupa ve Amerika’da yaptığı anket çalışmalarına verilen cevaplarda farklılıklar göze çarpmaktadır. Örneğin Avrupa’da yapılan anketlerde sarı ve turuncu renklerinin %100’lük bir oranda mutluluğu sembolize ettiği düşünülürken, aynı renkler Amerika’da deneklerin sadece %63’ü tarafından mutlulukla özdeşleşen renkler olarak tanımlanmıştır.

Yaşamımızın belirgin bir ögesi olan renkler, oluşumu, görüntüsü ve etkinliği ölçütlerinde değerlendirilir ve bu özellikleri baskı ve çoğaltım türleri arasında farklı nitelikler yaratır. Baskı teknikleri temel amaç olarak parlak, doygun canlı ve gerçeğe en yakın etkiyi vermeyi hedefler. (Uçar,2004:170-171)

Renk, tasarımın önemli bir elemanıdır. Renk ve ton değerlerini ayarlayarak görsel elemanları hiyerarşik olarak düzenleyebiliriz. Renk, sayfa elemanlarının önem sırasını belirler ve yönlendirme sağlar. Renk yanlış kullanılırsa tasarımda problemler oluşmaya başlar. Sıcak renkler (kırmızı, turuncu, sarı gibi) dikkatimizi çeker ve bize yakın dururlar, soğuk renkler (mavi, yeşil, mor gibi) ise, daha geride bizden uzak duranlardır. Siyah ve beyaz, renk olmasalar da etkin ve vurucu özelliklere sahiptirler. Kısaca renk hangi elemanın daha önemli olduğunu belirtir. O elemanın küçük olması önemli değildir. (İstek, 2005:93)

2.5.1 Yayıncılıkta Renk

Gazete ve dergi gibi basılı mecraların basımında kullanılan dört ana mürekkep rengi vardır: CMYK.

Renk kullanımı tasarımın iletişim kurma, hiyerarşi ve tempo gücünü arttırmalıdır. (Ambrose ve Harris, 2013a:117)

Offset yazdırma dört spot rengin birleşimidir: Genellikle CMYK olarak adlandırılan Cyan (açık mavi), Magenta (eflatun), Yellow (sarı) ve Key (siyah) dir. Metalikler gibi bazı renkleri yeniden oluşturmak imkansızdır. Bugünlerde, birçok ticari yazıcının beş ya da altı renk baskısı vardır, bu yüzden tasarımcılar için bir ya da iki ekstra spot rengi birleştirmek alışılmışın dışındadır. Gazete bayiiinize bir bakın, ilave mürekkeplerle basılmış birçok dergi göreceksiniz ya da özel basım artık dikkatinizi çekmemeye başlayacak. (Photoshop Magazine, 2012:19)

Basılı bir yayında renk karışımı bir kaç farklı yoldan planlanabilir. Çoğu kez, planlama aşamasında renk kullanımı (tek tek sayfalar yerine) yayının tümünde gözetilir. Bu, hangi sayfaların farklı renklerde basılacağını gösteren forma planı ve renk planıyla yapılır. Örneğin, bu kitabın 33., 36-37, 40-41, 44-45 ve 48. sayfaları floresan mürekkeple basılmıştır ve bunlar planlama aşaması ve tasarım süreci boyunca forma planında detaylandırılmıştır.

Renk üretimi, kâğıt stoku tarafından da etkilenir. Seçilmiş olan kâğıdın rengi, emiciliği, yüzey özellikleri ve başka birtakım niteliklerin tümü birleşerek, son ürünün renklerini etkileyecektir.

Basılmış bir yayında renk planını belirleyecek bir dizi sınırlama bulunur ve bir tasarımcının projenin planlama aşamasında bu sınırlamalara uyum sağlamayı öğrenmesi gerekir.(Ambrose ve Harris, 2013c:56)

Masaüstü yayıncılık programları canlı, rengarenk ürünler tasarlamamıza olanak sağlarlar. Ancak iş, bu tasarımların matbaada baskısına geldiğinde ekran görüntüsünden farklı sonuçlarla karşılaşılabilir. Bu durum kısmen matbaada baskı öncesi veya baskıda oluşabilecek problemler (yanlış kağıt ve tram seçimi, mürekkep yoğunluğunun ve baskı makinesi mürekkep ayarlarının yapılamaması gibi) olabilmekle birlikte, asıl önemli unsur, monitörlerde gördüğümüz renklerle baskı renklerinin farklı yollarla yaratılmasıdır. Ekran görüntüsünün parlaklığına en yakın baskı sonuçlarını alabilmek için ilk olarak, tasarım yapılan masaüstü yayıncılık sisteminin (monitör, tarayıcı, yazıcı, ortam ışıklandırması vb) kalibrasyonu yapılmalıdır. Baskı aşamasında ise, renk yönetim sistemlerinin kullanılmasının yanında, tasarımcıların renk algılaması ve matbaa terminolojisi hakkında bazı bilgilere sahip olması gerekmektedir. (Mazlum,2006:24)

Tipografide ‘renge’ etkin bir şekilde veren şey, bir sayfa üzerindeki metin alanının yoğunluğudur. Bir tasarımcı tasarımda kontrast ve gerilim yaratmak için tipografide renge kullanabilir, özellikle de beyaz alanlar varsa. Tasarımcı, tipografik rengin tasarımı nasıl etkileyeceğini hesaba katmalı, aynı şekilde istenmeyen sonuçları engellemelidir. Bir tasarımda mevcut olan tipografik rengin miktarı, metnin uzunluğu ve nasıl düzenlendiğiyle ilişkilidir. (Ambrose ve Harris, 2012a:21)

2.5.2 Renk Modelleri

Renkleri tasnif etmek için kullanılan teknik standartlara renk modelleri (evrenleri) denilir. Eğer sadece bir tane renk modeli kullanılsaydı her şey çok daha kolay olabilirdi. Ancak farklı ortamlar için bir çok renk modeli keşfedilmiştir. Bazı renk modelleri insan gözünün görebildiği renkler için tutarlıyken, monitörlerde ve baskıda kullanılan renkler için farklı modeller vardır. Unutulmaması gereken bir nokta, hiç bir renk modeli insan gözünün renk spektrumuna yaklaşmamaktadır.(Mazlum,2006:24-25)

2.5.2.1 CMYK

Basılmış renkli bir görsel genellikle dört farklı baskı mürekkebi kullanılarak üretilir: Siyan, macenta, sarı ve siyah.

Bu mürekkepler, renk ayrımı işlemiyle üretilen ve renkli görsel üretebilmek için gerekli olan üç trikromatik renkle siyaha denk düşer. Siyah, 'anahtar adamına gelen "key" kelimesinin baş harfi "K" ile temsil edilir. Neredeyse tüm renkler, dört renk baskı işlemindeki bu çıkarmalı birincillerin farklı kombinasyonlarıyla basılabilir. Kuramsal olarak CMY mürekkepleri siyahı üretebilir ama gölge gibi öğelere derinlik katmak için baskı uygulamasında ayrı ve "gerçek" bir siyah mürekkep kullanılır.



Şekil 2.6 CMYK 4 ayrı baskı rengi (Ambrose ve Harris, 2013c:32)

Bir görseli oluşturmak için, sırasıyla C, M, Y K olan dört baskı rengi ayrı ayrı baskı plakalarıyla uygulanır. Yukarıdaki örnekte, son siyah plakanın gölge ve karışıklık üzerindeki etkisini net olarak görebiliriz.

CMYK baskı renkleri bütün renkleri üretmez, özel rengin canlılığından yoksundur. Canlılığın çok önemli olduğu durumlarda özel renk kullanılır .(Ambrose ve Harris, 2013c:32-33)

2.5.2.2 RGB

Kırmızı, yeşil ve mavi, ışığın ana renklerinden birine karşılık gelen eklemeli birincillerdir. Televizyon ekranında veya bilgisayar monitöründe renk üretimi RGB renk sistemiyle elde edilir.(Ambrose ve Harris, 2013c:34)

2.5.2.3 Özel Baskı Renkleri

Dört renk baskı işlemi çok çeşitli renkler üretebilmesine rağmen bazen özel olarak yapılmış mürekkepleri, özel (spot) renkleri kullanmak gerekebilir.

Bir özel renk, noktalardan oluşturulmak yerine tek bir renk olarak üretilmiştir bu yüzden kendisine en yakın baskı rengi karışımından daha zengin ve daha canlıdır. Özel renkler, standart dört baskı renginin gamının dışındaki metalik tonlar ve floresan renkler üretmek için de kullanılır. Bu renkler, güçlü ve doğru renk üretiminin çok önemli olduğu durumlarda kullanılır. (Ambrose ve Harris, 2013c:36)

2.5.2.4 Floresanlar

Floresanlar belli bir titreşime sahip olan ve standart dört baskı mürekkebi kullanılarak üretilmeyen özel renklerdir. Floresan renkler dikkat çeker ancak tasarımda aşırı kullanımları gözü yorabilir. 4 renk palet kullanılsa bile floresanlar da dahil olmak üzere özel renkler fazladan ayrı baskı plakaları olarak uygulanır. Özel renkler istenildiğinde diğer baskı paletlerinin de yerine geçebilirler. (Ambrose ve Harris, 2013c:40)

2.5.2.5 Metalikler

Bir tasarım, dekoratif metalik efektlerle iki farklı yoldan süslenebilir: Yıldız baskı teknikleri yoluyla veya metalik baskı mürekkeplerinin kullanımıyla. Metalik mürekkepler ve yıldız baskılar oldukça yansıtıcıdır, böylece tasarıma göz alıcı görsel öğeler katarlar. Metalikler çoğu kez tasarıma lüks bir ifade vermek için kullanılırlar.

Yıldız baskı tekniği, bir yüzey üzerine ince bir metal yaprağı kaplamak için şekillendirilmiş metal damgalar kullanan, özel bir baskı işlemidir. Yıldız

ısıtıldıktan sonra, istenilen alanlara yapıştığından emin olunacak şekilde yüzey üzerine yeterli miktarda basınçla bastırılır.

Metalik baskı mürekkepleri standart baskı mürekkepleriyle aynı şekilde kullanılır. Metalik mürekkepler, standart baskı mürekkepleriyle elde edilemeyen bakır, bronz, gümüş ve altın renkleri üretmek için bakır, çinko ve alüminyum pigmentlerden yapılır. Metalikler çoğu kez beşinci baskı plakasıyla özel renk olarak uygulanırlar. Tasarım sınırlı bir renk paletiyle basılacaksa metalik mürekkepler dördüncü plaka olarak uygulanabilir. (Ambrose ve Harris, 2013c:46)

Spot renk seçilirken bir metalik Pantone swatch book'a başvurulur. Metaliklerin tüm spektrumu mevcuttur. Sadece gümüş yada altın renk ile tasarımı kısıtlamaya gerek yoktur. (Photoshop Magazine, 2012:30)

2.5.3 Rengi Kullanmak

Renk, tasarımda pek çok farklı şekilde kullanılabilir. Vurgulanmadığında kaybolacak belirli bir bilgiyi öne çıkarabilir, dikkat çekebilir, izleyicinin şefkat, sevgi veya nefret duymasını sağlayabilir, kadınsılık veya erkeksilik belirtebilir ve bilgiyi yorumlamak ve almak için kültürel bir anahtar oluşturabilir.

Renk, tasarımcıya sınırsız olanak sunar. Tasarımda rengin kullanımı dikkatli bir planlama gerektirir. Basılmış yayınlar genellikle sekiz veya 16 sayfalık bölümler hâlinde üretilir.

Bir yayın eğer dört renkle basılmıyorsa herhangi bir rengin eksiltilmesi veya eklenmesi maliyeti en düşük miktarda tutmak için normalde belli bölümlerle sınırlıdır. Forma planı kullanımı tasarımcının rengin konumuna ve özel renklerin veya lakların yerleştirilmesine karar vermesine yardımcıdır.

Tasarımcının bir işi daha iyi yapmak için kullanabileceği pek çok farklı renk detaylandırma yöntemi vardır. Bunlar, tonal baskı, üst üste baskı, tonlar ve özel renklerin kullanımından farklı kâğıt stoklarının ve yaldız baskı veya

kenar varak baskısı gibi baskı sonlandırma tekniklerinin kullanımına kadar çeşitlilik gösterir. . (Ambrose ve Harris, 2013c:49)

CMYK harici kullanılacak tüm renkler mutlaka pantone renk kataloglarından seçilip kullanılmalıdır. (Mazlum, 2006:34)

2.6 Görsel Kullanımı

İmgeler bir tasarıma hayat veren grafik öğelerdir. İmgeler, ister bir sayfanın ana odak noktası ister yardımcı öğesi olsun, mesajı iletmede önemli bir rol üstlenir.

İmgeler, tasarıma tam sayfa ve paspartudan çeşitli ızgara sistemleri kullanarak yerleştirmeye kadar birçok yolla eklenebilirler.

Temel sayfa düzeni ilkeleri, tasarımcının imgeleri tutarlı bir biçimde kullanmasına yardımcı olur. Öyle ki imgeler, tasarımın diğer öğeleriyle uyum içinde yer alır. (Ambrose ve Harris, 2013b:7)

2.6.1 Sayfa Tasarımında Görsel Kullanımı

Fotoğraf, illüstrasyon, grafik dekoratif yazılar vb. özel tasarım veya organik yapıdaki malzemeler yayının görsel unsurları olarak adlandırılırlar. Boyut, biçim ya da anlatım açısından yanlış seçilmiş olan bir görsel unsurun oluşturacağı ortam, gramer ya da imla hataları ile dolu bir cümleye benzer. Bu durumda sayfanın ahengine ve yerleştirilen görsellerin doğru seçilmiş olmasına dikkat etmeliyiz.

Organik biçimli görsel unsurlar yazı alanına veya herhangi bir geometrik unsura bloklanırken veya ilişkilendirilirken çok dikkat edilmelidir. Çok yakın veya çok uzak konumlandırılarak okurun konsantrasyonu ve takibi bozulmamalı, gözü rahatsız edecek karmaşıklık veya şıklıktan kaçınılmalıdır.(Bayar, 2013:43)

Metin bloklarından oluşan monoton renk tonuna hareket getirmek amacıyla, metin arasına konulan görsel unsurlar; cümle ya da satır aralarına değil paragraf aralarına yerleştirilmelidir.

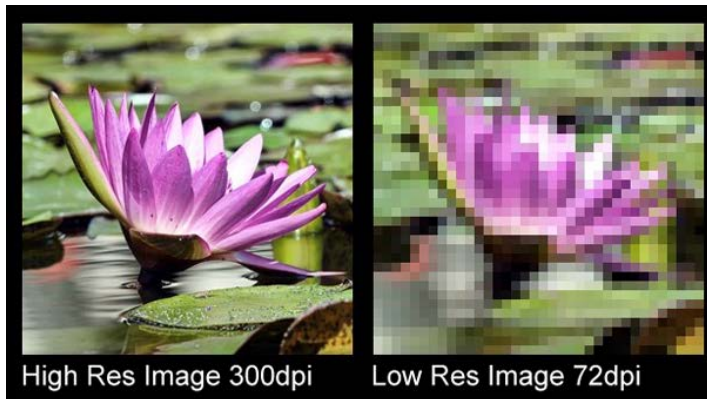
Sayfalarda kullanılan görsel unsurları, okurun kolay takibini sağlamak ve okura doygun bilgi iletebilmek için kısa da olsa fotoğraf altlarında açıklayıcı metin kullanmak gerekir. Tipografi ve harfler oklar da görselin bir parçası olabilir. (Bayar, 2013:44-45)

Sayfa tasarımında hiyerarşi ve bilgiyi yönlendirmek için bazı elemanlara ihtiyaç duyabiliriz. Kullanılan grafik elemanlar, tasarımı yapma sürecinde bize oldukça yardım ederler ve işimizi kolaylaştırırlar.

Göz, bu çizgileri, kutuları, renk alanlarını ve okları takip ederek bilgiye kolayca ulaşabilir. Grafik elemanları rastgele kullanamayız. Onlar da grid yapısının bir parçası olarak yer alırlar ve bizi bilgiye doğru götürürler. (İstek, 2005:111)

2.6.5 Nokta Esaslı İmge (Tarama Örüntüsü/Dijital imajlar)

Bir tarama örüntüsü veya nokta esaslı imge, bir ızgara üzerinde her biri renk bilgisi içeren imge öğeleri ya da piksellerden oluşan bir imgedir. Nokta esaslı grafikler, genellikle ölçeklenebilir değildir çünkü çözünürlükleri sabittir yani boyutunu büyüttüğünüzde imge bozulabilir ve kenarlarında pürüzlü bir imge ve piksellenme oluşur. Tarama örüntüsü imgeler, sadece mutlak bir boyutta doğru şekilde üretilen piksellerden oluşur. Herhangi bir büyütme kalitesinde azalmaya neden olacaktır. Aşağıdaki imge %100 büyüklükte 300 dpi ve sağındakiyse daha düşük çözünürlüklü 72 dpi imge aynı büyüklüğe getirilmiş, kalitedeki bozulma görülmekte. (Ambrose ve Harris, 2013a:96)



Kaynak: <http://ccideas.com/wp-content/uploads/2012/02/hi-low-res.jpg>
Şekil 2.7 300dpi ve 72 dpi çözünürlükteki görseller

Dijital görüntüler piksel denilen milyonlarca kareden oluşur ve inç başına daha fazla piksel olması, daha iyi görüntü kalitesi olması demektir. Görüntülerin kalite kaybı olmadan büyük boyutlarda kullanılabilir.(Seddon ve Waterhouse, 2009:68)

İmge çözünürlüğü ve dosya biçimleri Tarama örüntüsü imgelerin çalışma mekaniğini anlamak, bir tasarımcıya onlardan iyi sonuçlar elde etmesinde yardımcı olabilir. Bir imgedeki piksel aralığı onun çözünürlüğünü belirler. Bir imgenin çözünürlüğü, inç başına nokta (dpi) da denen inç başına pikselle (ppi) ölçülür.

Düşük çözünürlükte bir imge, detayları muhafaza etmek ya da kaydetmek için yeterince bilgi içermeyebilir. Baskı süreçleri genellikle e az 300 dpi çözünürlük gerektirir, üst sınıf baskı cihazları 1.200 dp 2.400 dpi veya daha fazla çözünürlükte baskı yapabilir. (Ambrose ve Harris, 2013a:96)

2.6.6 Vektör Esaslı İmge

Bir vektör imge, pikseller yerine birçok bireysel ölçeklenebilir matematiksel formülle ifade edilen nesnelere oluşur. Bu da vektörel imgeyi çözünürlükten bağımsız, büyütülebilir nesnelere haline getirir. Fontlar, örneğin, vektörel nesnelere dir. Vektör imgelerin ana dezavantajı, foto-gerçekçi imgeler üretmek için uygun olmamasıdır çünkü bir fotoğrafın sürekli ince tonlarını tasvir edemez. Vektörler matematiksel bir süreç olduğundan, ölçeklenebilir ve kalite veya çözünürlük kaybı olmadan sonsuz büyütülebilir. (Ambrose ve Harris, 2013a:96)

2.7 Sayfa Düzeni ve Izgaralar

Mizanpaj kelimesi Fransızca'da mise-en-page, yani sayfaya koyma anlamında kullanılır; tıpkı mizansen (mise-en-scène) yani sahneye koyma kelimesinde olduğu gibi. Grafik tasarımcının basılı bir yayında yaptığı iş tam olarak budur: içeriği sayfaya (başka bir bakışla sahneye) koyma. (Taşcıoğlu ve diğerleri, 2012:15)

Sayfa düzeni, genel tasarım planının bir parçası olarak tasarım öğelerinin işgal ettiği alanla ilişkili yapılan bir düzenlemedir. Sayfa düzeni ya da mizanpaj aynı zamanda biçim ve boşluğun yönetilmesi olarak da adlandırılabilir. Sayfa düzeninin amacı, okuyucuya görsel ve yapısal öğeleri en az çabayla okutabilmektir. Okuyucu, iyi bir sayfa düzeniyle, basılı ve elektronik medyada karmaşık bilgiler arasında kolayca gezinebilir. (Ambrose ve Harris, 2013a:33)

Sayfa düzeni konusunda verilen kararlar, yayında yer alacak bilgilerin tanımlanmasının ardından başlar. Sonrasında bu bilgileri en uygun aktarma yöntemi belirlenir ve sayfaların içeriği taşıyacağı sistem buna paralel olarak tasarlanır. Bu sisteme “grid” adı verilir. Grid, sayfanın temel iskeletini oluşturan bir yapıdır; yayının basılmış halinde görülmeyen, ancak tasarım sürecinde kritik bir rol oynayan rehber çizgiler ve alanlardır. Grid tasarımı basit de olabilir, detaylı da. Detaylı ve her tür içeriği taşıyabilecek biçimde tasarlanmış bir grid sistemi tasarımcının içeriğin düzeni hakkında yeni sorunlarla uğraşmak yerine, bunları kolayca tamamlayarak daha yaratıcı arayışlara vakit ayırabilmesine olanak tanır. (Taşcıoğlu ve diğerleri, 2012:15)

Masaüstü yayıncılıkta önemli bir yeri olan ve tarihsel süreci içerisinde tasarımın genel, başlangıç felsefesi haline gelen Grid kelime anlamı olarak belli bir hat, izlek, ızgara anlamındadır. Bir başka anlatımla grid, masaüstünde sayfa tasarımında kullanılacak olan elemanların (yazı, resim, fotoğraf, grafikler, çizimler vb. gibi.) düzenlenmesinde tasarımcıya önemli yardımcı yatay ve dikey çizgilerdir. Bu çizgiler kendi içinde bir istem ve oransal ilişki içinde hazırlanırlar. Tasarımcılar bu ilişkiyi kimi zaman matematiksel veya geometrik yöntemlerle, kimi zaman da sezgilerinden yararlanmışlardır. (Ketenci,2007:24)

Tasarlamak, planlamak ve düzen getirmek için önce sayfayı bölmek gerekir. Bölme işlemi planlamanın ilk aşamasıdır. Sayfayı bölmek için grid adı verilen ızgaralar kullanılır. Izgara, yatay ve dikey çizgilerden oluşur. Izgara tasarımda kullanılacak yazı, fotoğraf, illüstrasyon gibi elemanların nasıl

yerleştirileceğine dair yardımcı olur. Sayfa tasarımını düzenlemek için en iyi yol grid sistemini kullanmaktır. (İstek, 2005:99)



Şekil 2.8 Grid kullanan dergi sayfa örnekleri (Ambrose ve Harris, 2013a:32)

Bir ızgaranın güzelliği, art arda gelen karşılıklı sayfalar bir seri oluşturduğunda ortaya çıkar. Bazı öğeler değişirken, bazıları sabit kalır. Okuma hızı eklenir, yazı boyutları farklılık gösterir, ilgi çekici ve dinamik bir tasarım oluşturmak için imgeler arası ilişkiler değiştirilir. Research Studios / Planning Unit Josef Müller-Brockman (1914-1996), 1936 yılında kendi tasarım işini

kurarak, Zürih'te çalışmaya başladı. Tasarımcı, modern tasarım, özellikle de ızgara sistemleri üzerindeki etkisiyle anılmaktadır. Müller-Brockman ızgaranın yapabildikleri hakkında nesnel bir görüş sunar. Bu görüş, ızgaranın sistematik ve mantığa dayalı olduğunu söylemektedir. Bununla birlikte daha çok sanat ya da şiirle ilişkilendirilebilecek ritim ve heyecandan da bahseder. Izgarayla ilgili mesele şudur: Tasarımcıya, etkili bir şekilde sanat eserleri ya da şiir benzeri tasarımlar oluşturmak için imkân vermelidir. Josef Müller-Brockman, 1981 (Ambrose ve Harris, 2013a:34)

Grid dergi, gazete, kitap ve süreli yayınlarda aynılık ve kurumsal kimlik bakımından çok önemlidir. Broşür gibi süreli olmayan bir defalık kaygan zeminlerde de planlama için gridin önemi vardır.

Gridler zaman kazandırır ve karmaşıklığı giderir. Grid kullanmak tasarıma bağlılık kazandırır. Basit bir grid zor ve karmaşık bir gridden daha iyidir.

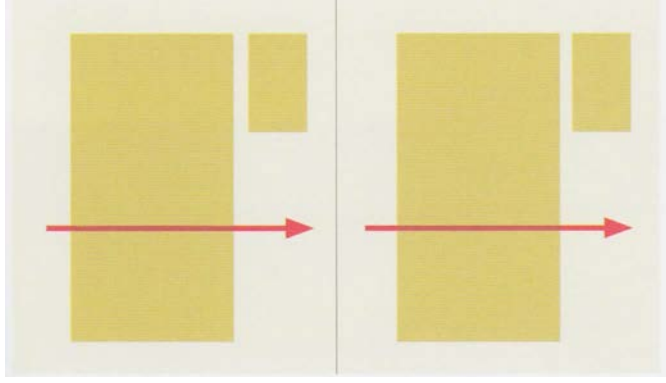
Gridler tasarımda, elemanları birbirlerine bağlamada yardımcı olur. Yazılar ve görüntüler bir araya geldikçe onları birbirlerine tamamlamak gerekir. Grid bu aşamada da çok önem kazanmaktadır. Yazının bittiği yerde görüntü, görüntünün bittiği yerde boşluk (negatif alan) vardır. Bütün bu elemanların başladığı ve bittiği yerde mutlaka grid olmalıdır.

Grid yapısı olan bir tasarımın bir ahengi vardır ve bu düzenli bir şekilde elemandan elemana geçiş sağlar ve sıkıcılığın önüne geçer. (İstek, 2005:99)

2.7.1 Farklı Amaçlar İçin Izgaralar

Asimetrik Izgara

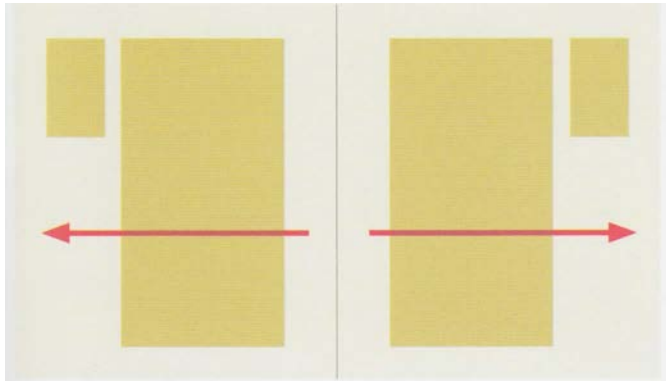
İki sütunlu bir simetrik sayfa düzenidir. Simetrik ızgaranın tersine, sol ve sağ sayfalar aynı ızgarayı kullanmaktadır. Geniş sütun ana metni barındırırken, ince sütun; bilgi, resim yazısı veya yönlendirme içerebilir.



Şekil 2.9 Asimetrik Izgara (Ambrose ve Aono-Billson, 2013:135)

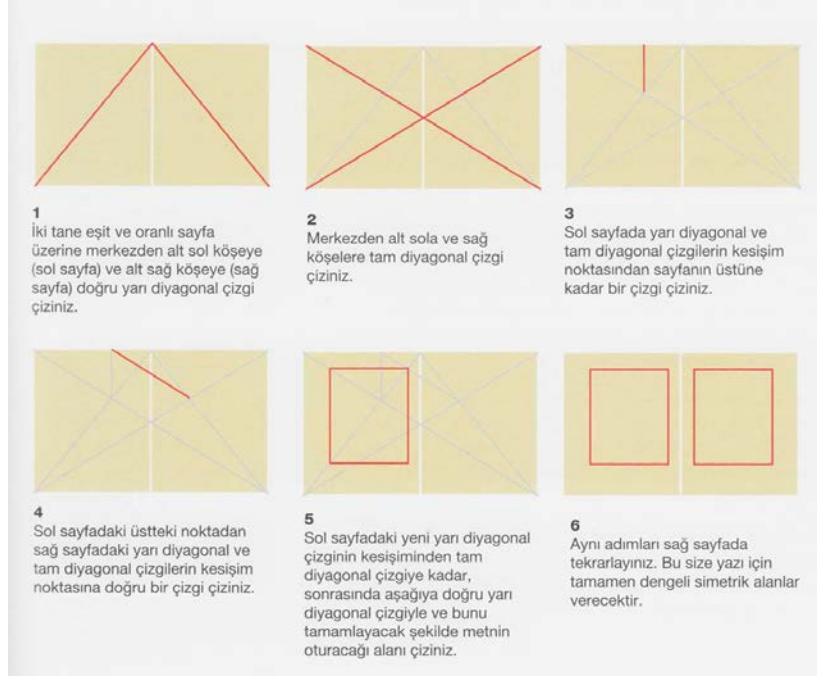
Simetrik Izgara

Sağ ve sol sayfalar ayna yansıması halinde, dengeli fakat tahmin edilebilir bir sayfa düzenindedir. Geniş sütun ana metni barındırırken, ince sütun bilgi resim yazısı veya yönlendirme içerebilir.



Şekil 2.10 Simetrik Izgara (Ambrose ve Aono-Billson, 2013:135)

Simetrik ızgara ve yerleşim yapmak için altın dikdörtgen kullanılır.

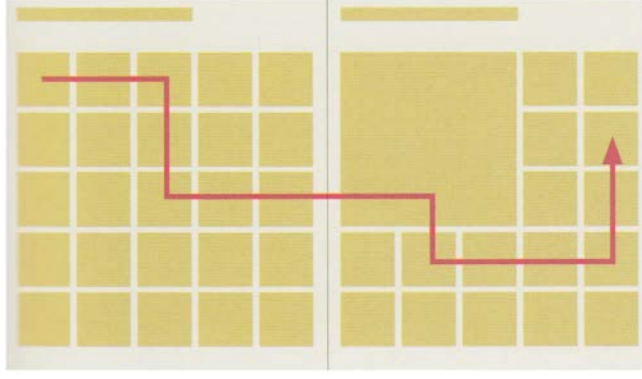


Şekil 2.11 Altın dörtgen ızgara (Ambrose ve Aono-Billson, 2013:133)

Bu ızgara planı öncülüğünü Alman tipograf Jan Tschichold'un yaptığı 2:3 oranlarda bir sayfa boyutuna göre tasarlanmış klasik sayfa düzenidir. İç kenar ve başlık kenar boşlukları, sayfanın 9 da 1 i olarak konumlandırılmıştır. Izgara uyumlu oranlar oluşturur. İç kenar boşluğu dış kenar boşluğunun yaklaşık yarısı kadardır. Metinlerin yazılacağı bloğun yüksekliği 1 sayfanın genişliğine eşittir. (Ambrose ve Harris, 2013a:10)

Modüler Izgara

Modüler ızgara birtakım bloklar ve modüller kullanılarak elde edilir. Modül bazlı ızgara, yapısı itibariyle simetrik yada asimetrik olabilir. Bu ızgara yapısının diğer bir özelliği ise, öğelerin, örneğin resimlerin birkaç modül genişliğinde olabilmesidir.(Şekil 2.12) (Ambrose ve Aono-Billson, 2013:135)



Şekil 2.12 Altın dörtgen ızgara (Ambrose ve Aono-Billson, 2013:135)

2.7.2 Bir ızgarayla çalışmak

Grid, birden fazla tasarım elemanı bir araya getirildiğinde ortaya çıkan düzenleme sorununa çare bulacak en etkin bir çözüm yoludur. Bir tasarım elemanının diğer bir tasarım elemanına olan ilişkisini düzenlemede, belli bilgileri benzer sistemlerde sunmaya yardımcı olan bir etken olarak karşımıza çıkar.

Amerikalı ünlü grafik tasarımcı Paul Rand, “iyi bir grid üzerinde kötü ve statik tasarımlar oluşturulabileceği gibi, basit bir grid üzerinde de ilginç ve dinamik tasarımlar yapılabilir” der. İyi grid kadar onun kullanımının da önemli olduğunu vurgular. (Ketenci,2007:24)

Mutlak bir ızgara yoktur. Birçok tasarım olduğu gibi birçok ızgara vardır. Herhangi bir iş için geliştirilen ızgara değişiklikler gösterir ve çoğu kez tasarım geliştirilirken uyarlanması gerekir. ızgara, tasarımın özgürlüğüne engel olmak yerine onu kolaylaştırmalıdır. Öğelerin yerleştirilmesini kolaylaştırmalı ve bir mantık içinde yapılmasını sağlamalıdır.

ızgarayla çalışmak, tasarım öğelerinin yerleştirmesinde rehberlik eder, tasarım sürecine katkıda bulunur, verimli ve hızlı bir yapı sağlar. Bir kılavuz aynı zamanda tasarımcının, farklı sayfalar arasındaki ya da yayınlar üzerindeki tasarım tutarlılığını korumasını sağlar. Bir kılavuz olmadan çalışmak, tasarım öğelerinin yerleşimi üzerinde tam bir esneklik sağlar ancak yapının eksikliği nesnelere arasındaki tüm boşluk ilişkilerinin düşünülmesi ve belirlenmesi

gerektiği anlamına gelir. Bir ızgara olmadan çalışmak, aynı zamanda, farklı sayfalar üzerinde tasarım tutarlılığını korumayı daha da zorlaştırır. (Ambrose ve Harris, 2013a:34)

Kitapçık, kitap, dergi, katalog gibi en az birkaç sayfadan oluşan yayınlarda grid kullanımı tasarımcıya büyük kolaylık sağlar ve tasarımcı her sayfayı yeniden tasarlama zahmetine girmeden ve bunun yaratacağı kimlik karmaşasına düşmeden tasarımı yapma şansına kavuşmuş olur. (Taşcıoğlu ve diğerleri, 2012:15)

2.7.2.1 Iızgara İle Sayfa Tasarımının Adımları

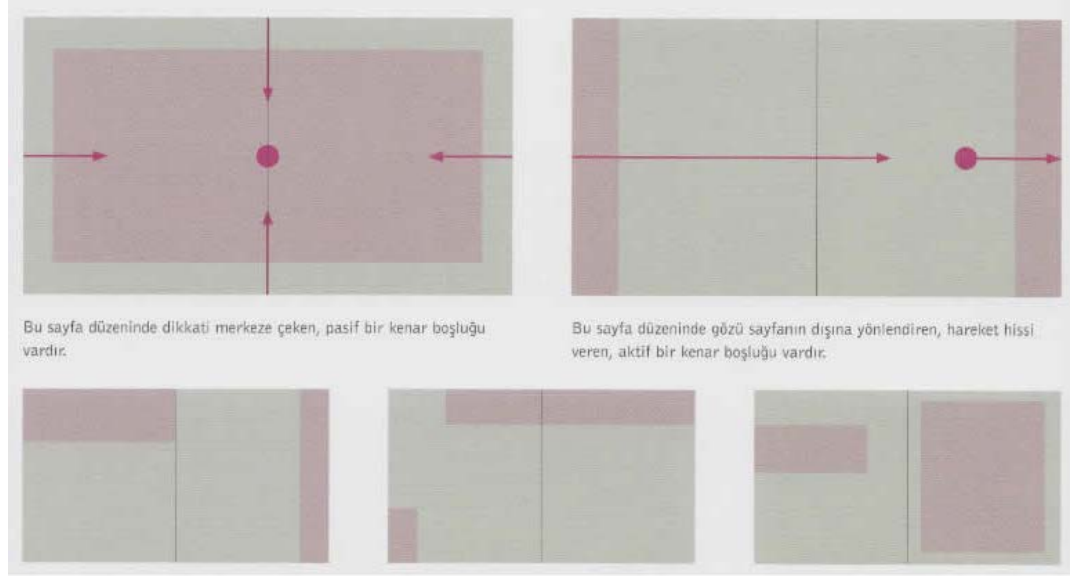
- a) Görsel iletişim araçlarıyla nesnel bir iddia inşa etmek
- b) Metin ve açıklayıcı görsel malzemeleri, sistematik ve mantıksal bir şekilde inşa etmek
- c) Metin ve imgeleri, kendi ritmiyle kompakt bir düzende düzenlemek
- d) Görsel malzemeleri, kolayca anlaşılır, okunaklı ve yüksek derecede heyecan yaratacak şekilde bir araya getirmek şeklinde ifade edilebilir. Josef Müller-Brockman, 1981 (Ambrose ve Harris, 2013a:34)

2.7.2.2 evre Boşluğu

evre boşluğu, ana sayfa düzeninin çerçevesinde yer alan kenar boşluklarıdır. Kenarlarda boş bir alan bırakarak, tasarımı çerçevelemek için kullanılabilir; bu, imgeye bir es verir ve tasarımın nefes almasını sağlar. Öte yandan, evre boşluğu bağlayıcı olabilir. Bu, tasarım sayfa dışına taştığında meydana gelir. evre boşlukları, sayfanın iki veya dört kenarında kullanılabilir. Bu tasarımın dinamiklerini değiştirebilecek bir karardır.

Pasif: Pasif kenar boşluğu, izleyicinin dikkatini sayfa düzeni içindeki aktif ögeye, genellikle sayfanın merkezindeki içeriğe odaklayarak tasarıma nötr bir öge ekler. Kenar boşluğu, aslında içeriğin çevresini boş bir alanla çevreleyerek, örneğin bir paspartu gibi sakin bir ereve oluşturur.(şekil 2.13)

Aktif: Etkin bir kenar boşluğu genellikle sayfa kenar boşluklarının sadece ikisini içerir ve izleyicinin dikkatini sayfanın merkezinden dışarı çeker. Bu, görsel öğeleri sayfanın ortasına yönlendirir ve sayfanın üstünden ve altından akmalarına olanak sağlar. (Ambrose ve Harris, 2013a:40)



Şekil 2.13 Sayfada Aktif ve Pasif Kenar Boşlukları (Ambrose ve Harris, 2013a:40)

Bir tasarımda, aktif ve pasif unsurlar bir arada yer alabilir. Bu sayfaya, sayfanın görünüşünü etkin bir şekilde değiştiren, hız ve duraksama katar.

2.7.2.3 Tempo ve Hiyerarşi

Tasarımcılar, bir tasarıma tempo eklemek için sayfa düzenini kullanır. Bu pasif ve aktif ya da yoğun ve sakin sayfaların birleştirilmesiyle elde edilebilir. Tasarımcı, bu şekilde, okuyucu veya izleyicinin yayın ya da çalışma üzerinden deneyimleyeceği bir anlatı kurabilir. Tam sayfa fotoğraf ve boş sayfa, içeriği göstermesine ek olarak, görsel bir duraklama sağlayabilir.

Tempo, bir tasarımın (ister bir belge ister bir web sitesi üzerindeki) ardışık sayfalarda sahip olduğu ivme ve hareket olarak düşünülebilir. Bir tasarım, düşünülmüş, sayfa yerleşim planlaması sayesinde, okuyucu için görsel duraklar oluşturabilir. Sayfalar arasında boşluklarla nefes alan tasarım, daha fazla enerjiye sahip olur. Çoğu zaman, bir görsel duraklama, bölümler, kısımlar ya da farklı konu başlıkları arası değişimi işaret etmek için kullanılabilir. Minik

imgeler, tasarımcıya, genel bir bakış açısı ve tasarımı değerlendirerek tempoda farklılıklar kurma olanağı sağlar. Küçük imgeler, büyük resmi görmemizi sağlar ve her bir sayfanın detayına sapsanmadan yayının görsel akışına olanak verir.

Bazı içerik türleri, özellikle kendilerini ortaya koyar ve tempoda bir değişiklik olmasına neden olur. Fotoğraf kitapları, sıklıkla karşılıklı tam sayfa imgelerden, birçok imge içeren sayfalara geçerek değişik tempolar sergiler. Bir şirket broşürüyse, daha çok bir okuyucunun, kolayca bir şeyi bulmasını amaçlar ve bu nedenle, her sayfada sayfa düzeni tasarımı değiştirir, amaca terstir. (Ambrose ve Harris, 2013a:44)

Bir hiyerarşi, sayfa düzeni tasarımı yoluyla bilgi verilebilir. Metin veya resme verilen alanın önemi ve miktarı, onları daha küçük bir boyutta sunulan diğer öğelerinden daha önemli gibi gösterebilir. Bir yayın ve bir sayfadaki öğenin konumu da hiyerarşiyi anımsatır. Önemli öğeler, genellikle daha önce yerleştirilir ve yeni bir sayfaya bakarken, gözün doğal olarak başladığı yere, sayfanın sağından, üst sola doğru yerleştirilir. Bir yayın normal olarak metin içeriklerinde, her biri farklı tipografik stili olan, Başlık A, Başlık B, Başlık

C, vb. diye giden, önem sıralamasını gösteren bir hiyerarşiye sahiptir. Bu, fontun değişmesi, kalınlığının değişmesi, yazı boyutunun değişmesi, renginin değişmesi ya da bu öğelerin bir kombinasyonu olabilir. Metinde hiyerarşi oluştururken, bir miktar kısıtlama yapılması gerekir, aksi takdirde nihai sonuç çok kaotik olabilir. Bir metin hiyerarşisi uygulamak, tutarlı bir tipografik yapı ya da düzenden vazgeçmek anlamına gelmez. (Ambrose ve Harris, 2013a:44)

2.7.2.4 Taban çizgisi ızgarası

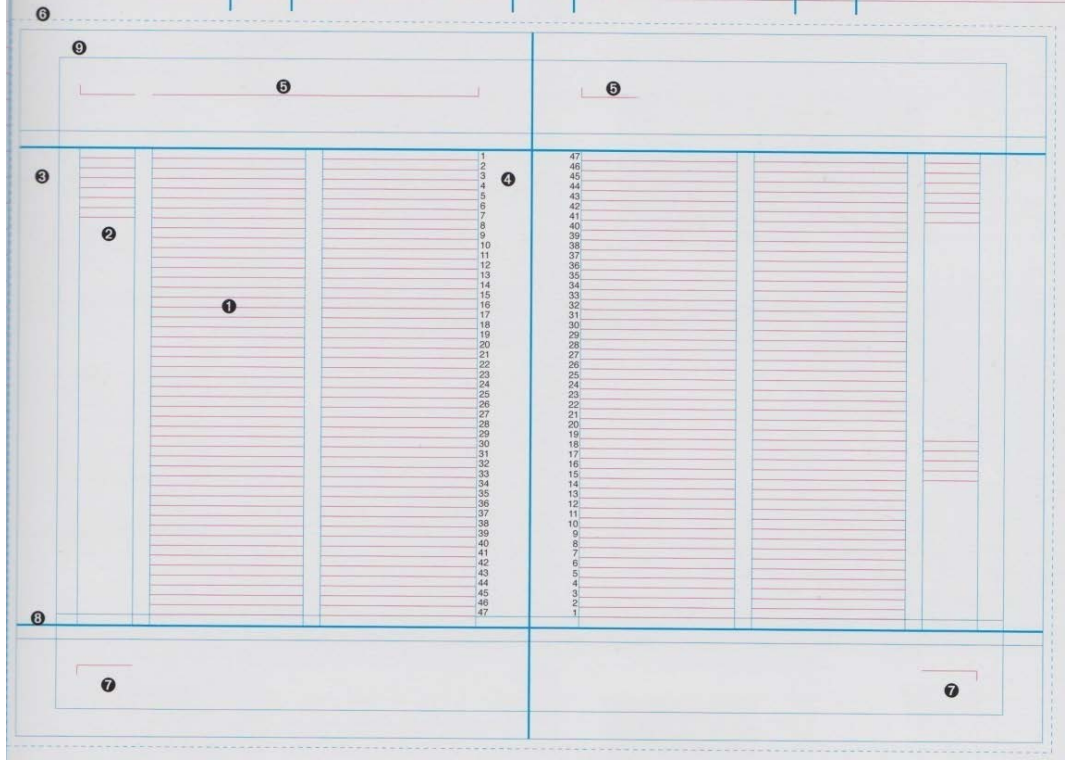
Taban çizgisi ızgarası, bir tasarımın üzerine inşa edildiği grafik temeldir. Bina inşasındaki iskeleyle benzer bir amaca hizmet eder, yalnız gözle elde etmenin zor olduğu, sayfa üzerindeki öğelerin doğru bir şekilde yerleştirilmesine rehberlik eder ve destek sağlar.

Her bir sayfayı ayrı tasarlamak zaman alıcıdır ve sabır ister ama bazen gereklidir. Izgara, tasarım sürecini daha hızlı ve kolay hale getirir. Hem dikey hemde yatay düzlemde orantılı bir sayfa oluşturur. Izgaralar görsel tutarlılığı sağlamaya ve tasarımın nasıl çalıştığını açıklamaya yardımcı olur. Izgara, genellikle farklı bilgileri çeşitli biçimlerde sunmak için bir yayın boyunca değişir.

Taban çizgisi ızgarası, taban çizgisinden diğer taban çizgisine olan mesafe gibi dolaylı yoldan; yazı tipi, boyut ve satır arası gibi tasarımın birçok unsuruyla önemli ilişkilere sahiptir. Diğer bir faktör ızgaranın x-yüksekliği yada büyük harf yükseklinde konumlandırılmış olup olmadığıdır. (Ambrose ve Harris, 2013a:48)

Izgaralar bir araç oldukları kadar tasarımcılar tarafından yapılan bir seçimdir. Bazıları ızgaraları kısıtlayıcı bulurken, bazıları en iyi yardımcıları olduğunu düşünür. Esneklik, tasarımları ilginç ve erişilebilir hale getirmek için önemlidir; bu ızgaranın karmaşıklığıyla mümkün olmaktadır. Sütunlara bölünmüş bir sayfa bize tanıdık gelir ama yatay ızgara eklemek metin ve imgenin başlayacağı bölgeler sağlar. Karmaşıklık ve özgürlük, üst üste iki yada daha fazla ızgaranın sayfaya yerleştirilerek öğeler için farklı alanlar yaratmasıyla artırılabilir.

2.7.2.5 Izgara Sisteminin Öğeleri



Şekil 2.14 Dergi Sayfasında Izgara Sistemi (Ambrose ve Harris, 2013a:49)

Bir dergi sayfasında ızgara sisteminin öğeleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Şekil 2.14)

- 1) Sırttan itibaren, art arda gelen ızgara çizgileri arasındaki mesafe; sayfanın dikey ve yatay kenarlarına doğru giderek artıyor.
- 2) Başlıkların konumu
- 3) Kenar boşluğu
- 4) Cilt payı
- 5) Bölüm başlıkları
- 6) Nizami boyut
- 7) Folyonun konumu
- 8) Metin alanınının taban çizgisi ızgarası
- 9) Taşma payı(Ambrose ve Harris, 2013a:48)

İçeriği yerleştirilmiş bir dergi sayfası ızgara yerleşim örneği ve öğeleri;

<p>112</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p>	<p>G</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p>	<p>D</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p>	<p>E</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p> <p>Sayı terimden ambrosiye gıdası sıfırlığı gıdası sıfırlığı, Cincubine mıncere pratinon mıncere.</p>
<p>112</p>	<p>A</p>	<p>C</p>	<p>113</p>

Şekil 2.15 Dergi Sayfasında Izgara Sistemi (Ambrose ve Harris,2012b:56)

- A. **Yazı sütunu:** Bir yazı sütunu, metnin devam ettiği bir alan veya bölgedir. Yazı sütunu sayesinde metin bir düzen içerisinde sunulur. Yazı sütunları güçlü bir düzen duygusu verebilir ama yazı zamanda metin çeşitliliği azsa veya metin bloğunun sunumunu çeşitlendirme olanağı sınırlıysa, tasarımı fazlasıyla statik hale getirebilirler.
- B. **Üst kenar boşluğu:** Üst kenar boşluğu sayfanın en üstündeki boşluktur.
- C. **Alt kenar boşluğu:** Alt kenar boşluğu genellikle sayfadaki en geniş boşluktur.
- D. **Arka kenar veya iç kenar boşluğu:** Alt kenar boşluğu genellikle en geniş kenar boşluğu iken, iç kenar boşluğu genellikle en dar kenar

boşluğudur. Günümüzde daha dar olma eğilimi gösterse de geleneksel olarak dış kenar boşluğu iç kenar boşluğunun iki katı genişliğindedir.

- E. **Ön kenar veya dış marj:** Metin blokları ve resim altı yazısı arasındaki boşluk veya sayfanın kırpma kenarı.
- F. **Sayfa numaraları:** Sayfa numaraları geleneksel olarak alt kenar boşluğunun dış kenarına, yönlendirmeyi kolaylaştıracak bir yere konur.
- G. **Süren başlık:** Süren başlıklar, başlık veya şeritler, işin veya bölümün her sayfasında yayının ismi veya bölüm adı gibi metnin tekrar eden satırlarıdır.
- H. **Resim altı yazısı:** Yukarıdaki örnekteki gibi italik kullanımıyla farklılaştırılan resim altı yazıları gövde metniyle yatay olarak hizalanacak şekilde yerleştirilir.
- İ. **Görseller:** Görseller, görsel ahengi sürdürebilmek için genellikle en yakındaki metin bloğu çizgilerinin x-yüksekliği ve taban çizgisine hizalanır. (Ambrosse ve Harris,2012b:56)

2.8 Sayfa Tasarımında Tipografinin Kullanılması

Modern tipografi uzun zamandır, basılmamış yüzeyin oluşturduğu boşluğu yaratıma açık bir alan olarak görmektedir. Tipograf beyaz yüzeyin biçimsel bir öge olduğunu kabullenir, optik çeşitlemeleri de değerlendirir.(Jean, 2012:142)

Bir yayını iyi yapan ve onu diğer yayınların önüne çıkaran en önemli unsur o yayının tipografik tasarımı ve sayfa tasarımıdır. Bu iki unsur, genellikle okuyucu tarafından görülmez/farkedilmez. Bu, genellikle iyi bir tasarım yapılmış olduğuna işarettir. Okuyucuya hissettirmeden içeriği aktarabilen, onu sayfalar boyunca okurken hiç rahatsız etmeyen bir tasarım iyi bir tasarımıdır. Sayfa tasarımı konusunda göze çarpan unsurlar genellikle yapılan hatalardır. Önce ayarlar ve hassas dengeler üzerine kurulu bu tasarım alanında en ufak bir hatanın bile okunurluk veya algı sorununa yol açabileceğinden, sayfa tasarımı ve tipografi ciddiyetle ele alınması gereken bir tasarım problemidir.(Taşcıoğlu ve diğerleri,2012:15)

Sayfa tasarımında kullanılan ana malzemelerden ilki, belki de en önemlisi tipografik unsurlardır. Tipografinin ana malzemesi ise yazıdır. Sayfa tasarımcısı zaman zaman hiçbir görsel malzemeye ihtiyaç hissetmeksizin tipografinin yapısal özelliklerinden yararlanarak veya yazı ile ve üzerinde uygulayacağı özel grafiklerle sayfa tasarımı yapabilir. Tasarımda yazı çok özellikli ve görsel zenginlik kazandıracak bir malzemedir. (Ketenci, 2007:23)

Okunabilir bir yazı, tipografinin merkezidir. Çünkü zayıf ve harf formundan uzak bir yazı karakteri yazıların önemini anlamamamıza neden olur ve sadece bunlara konsantre olmamıza yol açar. Tutarlı bir espas (harf arası), okumayı kolaylaştırır ve ahenk sağlar Bir yazı karakterinin seçimi içerik ile eşdeğerde olmalıdır ve onu yansıtmalıdır. Önemli olan şey onu seçmek, başlamak ve bitirmektir. Seçimimizi yaparken tipografinin de modası olduğunu ama bizim de bir moda yaratacağımızı unutmamak gerekir.

Tipografıyı basit tutmak gerekir. Karmaşıklık mesajı iletmez ve bilgiyi alamayız. Bakmak ilginç olabilir ama mesajı anlamadıktan sonra bunun önemi yoktur. Basitlik tek başına da yetmeyebilir. Eğer basitlik açık bir ifadeyle birleştirilirse, verilmek istenen mesaj daha kolay anlaşılır ve ilginç olur.

Yazı güçlü bir şekilde koyu ve şık gösterilebilir. Bir tasarımın etkili ve güçlü olabilmesi için, yazı kompozisyonla bütünlük sağlamalıdır. Eğer yazı karakteri değiştirilir ya da çıkarılırsa, parça tek başına kalır. Bunun dergi sayfası, broşür, reklam, kapak veya afiş tasarımı olması önemli değildir. Seçtiğimiz yazı karakteri kullandığımız imaja ve fikre ters düşmemelidir. (İstek, 2005:115)

Tschichold 1964 yılında yazdığı bir makalede tipografi ile ilgili şu kuralların geçerliliğini sürdürdüğünü belirtir;

1. Tasarımlarda mümkün olan en az sayıda yazı karakterine yer verilmeli,
2. Mümkün olan en az sayıda yazı boyutu kullanılmalı,
3. Çok küçük boyutlu harfler arasında espas ayarı yapılmamalı,
4. Tipografik vurgular aynı yazı karakterinin italik ya da bold çeşitlemeleri ile yapılmalı,

5. Metin dizgisinde büyük harf kullanımından kaçınılmalı ve büyük harfler ile dizilmiş sözcüklerde mutlaka espas ayarı yapılmalı,
6. Tasarım yüzeyinde – üçten fazla olmamak koşuluyla – gruplar oluşturulmalı (Becer, 2010:266)

2.8.1 Yazı Karakteri Seçiminde Temel Kriterler

Yazı karakterlerinin geniş seçim olanağı sunması tok 'doğru' bir karakter seçimini zorlaştırmaktadır. Her yazı karakterinin tasarım anlayışı ve/ya da sayfada ürettiği etki herkes tarafından önceden bilinemeyebilir ve tasarıma bağlı olarak üreteceği dışavurum görülemeyebilir. Bu nedenle yazı karakteri seçiminde estetik, uygunluk, okunurluk ve okutabilirlik üzerinde düşünülmesi gerekir.

2.8.1.1 Estetik

Bunun için öncelikle kullanıcı kişiye çekici gelen bir yazı karakteri seçimi yalnız hislerle değil aynı zamanda akılla da yapılmalıdır. Temel olarak şu anımsanmalıdır: "Kötü yazı karakteri -ya da font- yoktur, onun kötü kullanımı vardır." Daha doğrusu tasarımında hatası olmayan, doğru olan tüm fontlar estetik bir anlayışla çok etkili bir biçimde kullanılabilir. Fontun kendisinin hoş ya da güzel olması değil, onun tipografik kullanımının yarattığı etki önemlidir. Çok temiz ve mükemmel denebilecek fontların hayal kırıklığı yaratacak kadar son derece kötü (hatalı) kullanımları, buna karşın hatalı görünen fontların ise son derece etkili ve çarpıcı kullanımları olabilmektedir.

2.8.1.2 Uygunluk

Seçilen yazı karakteri bir kimliğe sahiptir ama o aynı zamanda uygun olmalıdır: izleyicilerce kabul edilebilir olmalı ve ürünle bütünleşebilmelidir. Göz önünde bulundurulması gereken bir diğer etken ise olası dizgi kopyasının uzunluğudur. Bir çok süslü yazı karakteri, ki belki bir ya da iki sözcük için uygun olabilir ama, bir metin bloğu için uygunsuz olabilecektir. (Sarıkavak, 2009:65)

2.8.1.3 Okunabilirlik

Sözdizimin oluşturduğu metinlerin okunaklığı elektronik bir tarayıcıda da olduğu gibi gözlerin hareketi ile algılanır. Bu algı 25-30 milimetrik aralıklar ile gözün duraklayarak harflere anlam verdiği ilk andır ve tipografide “Saccades” adı ile anılır. Tipografik düzenlemelerde bu anlık algı birimi okunan yazının kolay veya zor algılanması sonucu okunurluk yada tersi görsellemelerin temelinde bulunur. (Tuksal, 2008:12)

Yazıyı daha açık ve okunabilir kılan bazı özellikler vardır. Harf formunun kendisinin tasarımıyla yakından ilgili olan açıklık, normal okuma koşullarında daha rahat anlaşılabilir. Okunabilirlik, okuyucunun ilgisini sürdürmek için gereken bir kalitedir.

Fazla yüksek kalitedeki okunabilirlik, sıkça yapılan bir yanıltır (bir şeyi ilgi çekici ve ilginç yapma), düşük düzeyde bir açıklık üretecektir. Böyle olunca, yazının ve tasarımın okunması zorlaşır.

Tipografi etkisinin, okunabilirlik ya da okuyucunun ilgisini çekmek yazı karakterinin kendinden olan açıklığı, harf büyüklüğü, harf boşluğu, kelime arası ve satır arası boşluğu gibi bazı özellikleri vardır. (İstek, 2005:115)

Yalnız estetik açıdan hoşnut edici bir yazı karakteri yeterli değildir, üstelik okunur da olmalıdır. Kimi zaman okunurluk yalnızca bir harf ölçüsü sorunudur ve çalışmanın daha büyük olarak bir harf ölçüsü içinde dizilmesi aracılığıyla iş düzeltilebilir. Bazı yazı karakterlerinin diğerlerinden daha kolay okunur olması yazı karakteri tasarımının en önemli ayırt edici niteliğidir. Tırnaklı yazıların (harfler arasında oluşturduğu boşluk ve uzamsal gerilimden dolayı) tırnaksız olanlara göre daha okunur bir boşluk düzeni oluşturduğu göz önünde bulundurulabilir. Düz metin dizgilerinde tırnaksız yazılara göre Eski Biçem temelli ancak küçük harf boyu yeniden düzenlenmiş (*Times Roman* gibi) yazılar daha yüksek okunurluk sağlar. Ancak diğer yanda tırnaksız yazıların da bu gibi bazı üstünlükleri vardır. (Sarıkavak, 2009:66)

Okunaklılık bize belirli bir yazının doğasına ait olan; örneğin x-yüksekliği, karakter biçimi, kapalı alan büyüklüğü, çizgi karşıtlığı ve yazı kalınlığı gibi fiziksel özellikleriyle, bir karakter biçimini diğerlerinden ayırt etmemize olanak sağlayan karakter özelliğidir. Örneğin, gazete fontları okunaklılığı sağlamak ve alanı verimli kullanmak için, yüksek çizgi kalınlığı karşıtlığına ve daraltılmış biçimlere sahiptir. (Ambrose ve Harris, 2013a:57)

Yapılan araştırmalar yazı ve okunabilirlik arasındaki ilişkiyi şöyle özetlemektedir:

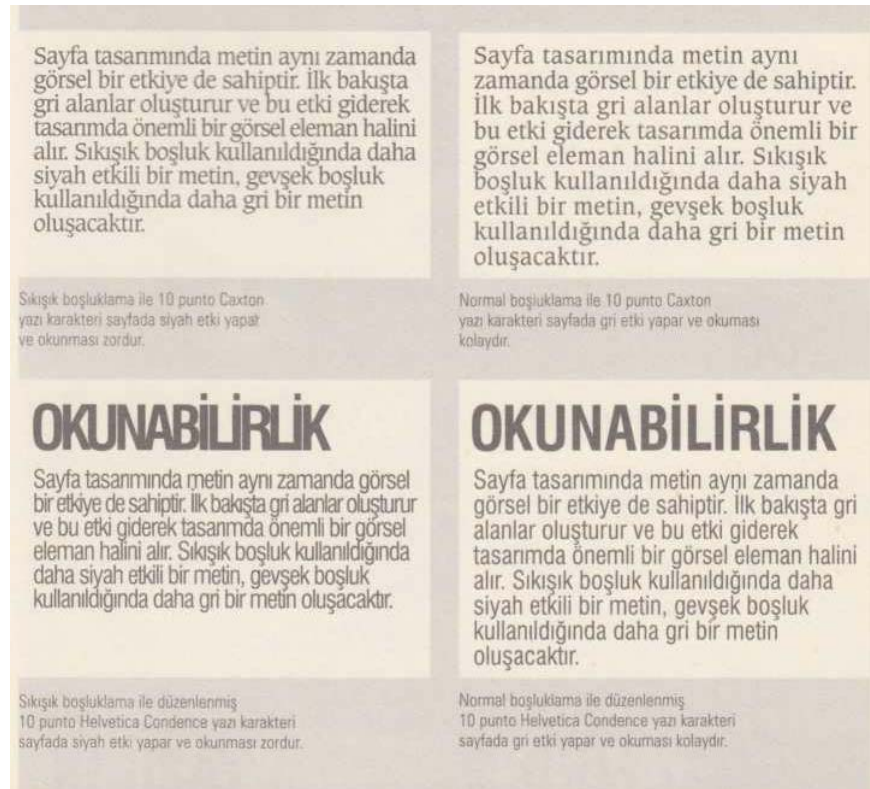
- Okur, metinde gotik yazı yerine romen yazıyı tercih eder.
- Roman ayaklı yazı, ayaksızdan daha iyi ve daha okunabilirliğe sahiptir. Çünkü ayaklı yazıda harflerin birbiriyle bağlantısı vardır.
- Geniş yazılar, geniş satır aralarına ihtiyaç duyar.
- Metinde kullanılan harfler yarım siyah yazı şeklinde kullanılırsa gözü yormaz.
- Geniş kolonlarda tümü büyük harfli yazılar okumayı güçleştirir.
- Sık kullanılan paragraflar okuma kolaylığı sağlayabilir.

Yazıda okunabilirliği etkileyen özellikleri şöyle sıralayabiliriz:

- Yazının fontu
- Yazının ağırlığı
- Yazının stili
- Yazıdaki boşluklar
- Yazıda büyük harf - küçük harf kullanımı
- Tırnaklı-tırnaksız yazı
- Bloklı-bloksuz (Tiryakioğlu, 2012:30)

Metinde kullanılan büyük-küçük harf kullanımını da okunaklılığı etkiler. Tümü büyük harfle dizilen metinde, harflerin hepsi eşit yükseklikte olacağından durağan bir hat oluşturur ve okunaklılık azalır. Özellikle uzun metinlerin tümünün büyük harfle yazılması görünüşü de sevimsiz kılar. Sözcükle kaba bir dikdörtgen biçiminde görünürler. Küçük harfler, kuyrukları ve bacaklarıyla büyük harflerden daha ayrımlı bir yapı gösterirler. Bu da onları daha okunur kılar. Büyük harfler daha çok yer kapladığından aynı alanda gözün daha fazla tarama yapmasına neden olurlar.

Yapılan araştırmalar uzun metinlerde, klasik geleneksel tırnaklı yazıların daha rahat okunduğunu ve anlaşılır olduğunu göstermiştir. Tırnaklar sayesinde harfler arası birleşim gözü rahatlatmaktadır. Tırnaklar bir karakterden diğer karaktere kolayca atlayabilmeyi sağlayabildiği için okunması daha kolay olmaktadır. (Tiryakioğlu,2012:32)



Şekil 2.16 Okunabilirlik Örnekleri (İstek, 2005:117)

2.8.1.4 Okuturluk

Okuturluk okunabilirlikten farklıdır; bu kavram yalnız yazı karakterini içermez, üstelik ölçüde, puntoda, sayfa sınırlarında (*margins*), kağıt seçimi ve benzeri her düzenleme etkeninin nasıl olduğunu içerir. Bir başka deyişle, her şeyin hoşnut edici bir okuma yaratmasıdır. Okunabilirlik yazı karakteri ve harf ölçüsüne bağlı iken, okuturluk bütün tasarımda temellenir. (Sarıkavak, 2009:66)

Okuturluk, bir yazı parçasının veya yazının anlaşılabilirliğini etkileyen tasarımın özelliklerini ilgilendiren unsurları içeren kavramdır.

Yazının okunabilirliğiyle ilgili çalışmalar göstermektedir ki okuyucular bir yazıyı okurken gözleriyle harflerin üst kısımlarını taramaktadır. (Ambrose ve Harris, 2013a:57)

2.8.2 Tipografik Düzenlemeler

2.8.2.1 Harf Büyüklüğü

Yazı boyutu, yazı vurgularının yukarıdaki ve aşağıdaki boşlukları da dâhil olmak üzere, tipografik karakter gövdesinin dikey boyutudur. Yazı boyutu yaygın kaniya göre yazı karakterinin boyutudur ama aslında bu terim, tipo baskı döneminde kullanılan metal tipografik karakterin, baskı yüzünü tutan gövde veya blok boyutunu ifade eder. Bu nedenle bir karakterin gerçek boyutu her zaman, yazı boyutundan biraz daha küçüktür. Gövde metni için yazı boyutları genellikle 8 punto, 14 punto arasındadır. Farklı yazı boyutları, tasarımda önem hiyerarşisini göstermek için, önce okunmasını istediğimiz yazıyı büyük boyutta kullanılır. (Ambrosse ve Harris, 2013a:56)

10pt harf en küçük açıklıktaki harf olarak düşünülür, fakat bazı 8pt harfler de 10pt harfler kadar büyüktür. Sebebi de x yüksekliğinin uzun olmasıdır.

Harf büyüklüğü satır uzunluğuna orantılı olmalıdır. Satır ne kadar uzun olursa, harf de o kadar geniş olmalıdır. (İstek, 2005:119)

2.8.2.2 Kelime Boşluğu

Kelime boşluk düzeni (wordspacing) deyimi, kelimeler arasındaki boşluk düzenini gösterir. Sözcükler arasındaki bir birim sayısı harf biçimine ve tasarımcının isteğine bağlıdır.

verylittlewordspacing
normal word spacing
lots of word spacing

Kaynak: <http://briancoale.com/graphic-design/a-brief-anatomy-of-type-iii-kerning-leading-tracking/>

Şekil 2.17 Kelime Boşluğu (İstek, 2005:118)

Kelime boşluk düzeni de dar, çok dar, normal ve gevşek gibi sıfatlarla tanımlanabilir. Bilinmelidir ki, gereğinden fazla sözcük boşluğu okunurluğu zayıflatır. Eğer kelime boşluk düzeni satır boşluk düzeninden daha fazla olursa, gözün algılaması –fiziksel unsurların uzamsal etkileşimi nedeniyle- soldan sağa değil yukarıdan aşağıya yönelir. (Sarıkavak, 2009:62)

Kelime boşluğu da harf boşluğu gibidir. Biten kelimenin son harfi ile başlayan kelimenin ilk harfi arasındaki boşluk, onun geometrik yapısı ile ilgilidir ve uyumlu olmak zorundadır.

Kelime boşluğu mümkün olduğu kadar görünmez olmalıdır, tabii ki diğerine yapışık anlamda değil. (İstek, 2005:119)

2.8.2.3 Harf Boşluğu

Harfler arası boşluk düzeni(letterspacing) veya harf aralığı bir tasarımcıya karakterler arasındaki boşluğu ayarlayarak, kalabalık bir metnin harf arasını açmasına olanak sağlar. Harfler arasına çok fazla boşluk eklemek sözcüklerin giderek kopuk görünmesine sebep olur. Yazı boyutu çok büyüdüğünde ise, boşluğu azaltma yoluna gidilir. Farklı yazı tipleri, farklı karakteristik özelliklere sahip olduğundan ve çizgi kalınlıkları tipografik renk

ve boşluklarını etkilediğinden, harf arası değerini farklı fontlar için tek bir doğru değer olarak almamak gerekir. (Ambrose ve Harris, 2013a:76)

Uzun metinlerde çok dikkate alınmayan ve standart kullanılan harf arası boşlukların arttırılıp azaltılması okunurluğu etkiler. Sıkışık veya birbirine değen harf boşluk düzeninde çok yoğun (siyah) bir görüntü oluşacaktır. Tersine, gevşek harf arası boşluk düzeninde ise metinler daha açık (gri) gözükecektir. Her iki düzenlemede uzun metinlerde okunurluğu azaltır.

Harf arası boşlukların değiştirilmesi en çok başlıklarda daha yoğun veya daha açık bir görüntü oluşturmak veya uzun metinlerdeki dul veya yetim yazıları kontrol etmek için kullanılır. (Mazlum, 2006:48)

Harf boşluk düzeni değişkendir ve tasarımcının gereksinimine ya da arzusuna uygun olarak düzenlenebilir. Birimlerde ve daha küçük ölçülerde ölçülendirilebilir.

Böylelikle harf boşluk düzeni birimlerde kesinlikle belirlenebilir. Tasarımcılar normal, gevşek (açık), dar ve çok dar (ki bu harf boşluk düzeninde eksi -azaltılmış- durumu göstermektedir) gibi genel tanımları kullanabilir.

Bugün dizgi programlarında eksi (negative) ve artı (positive) boşluklama harfler arasındaki boşluğun azaltılması ya da çoğaltılmasını belirtir. Metal hurufat tipografisinde eksi boşluklama yapılamaz.

Baştan başa harf boşluk düzenine tracking adı verilir. Harf boşluklamasının dizi yada seçilmiş harf ilişkileri biçiminde yapılması %em cinsinden kerning ile gerçekleştirilir.(Sarıkavak, 2009:61)

Harf çiftleri arasında oranlı espas bırakma bilimine “kerning” denir. Kerning A ya da V gibi meyilli harflerin yanlarındaki harfleri hafifçe dürtmesini, göze daha hoş görünmesini sağlar. “Kern” bir karakterin gövdesinin üstünden ya da altından sarkıp, yanındaki harfin alanını işgal eden parçasıdır. (Garfield, 2012:57)

Tracking:
VAST. V A S T .

Kerning:
VAST. VAST.

Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/File%3aTracking_vs_Kerning.svg
Şekil 2.18 Tracking ve Kerning

Harf boşluğu (espas) tutarlı olmalıdır. Boşluk, harflerin geometrik şekilleri ile orantılı olmalıdır. Geniş harfler dar harflerden daha çok harf boşluğuna (espas) ihtiyaç duyarlar. (İstek, 2005:119)

2.8.2.4 Satır Boşluğu

Tipografi, yazı boyutu (A) ve satır aralığı değerini (B) tanımlamak için puntoyu kullanır (Bkz Şekil 2.19). Yazı boyutu, yazı karakterinin yüksekliğinden daha çok yazının etrafını çevreleyen kutucuğun boyutudur. Satır aralığı teriminin kökeni, satır aralıklarını eşit yapmak için aralara yerleştirilen kurşun cetvelden gelen bir sıcak metal baskı terimidir. Günümüzde satır arası boşluk değeri, metin satırları arasındaki gerçek boş alandan daha çok metindeki bir taban çizgisinden sonraki taban çizgisine olan mesafeyi temsil eder. Tipografik ölçümler normalde iki değerlere sahiptir. Örneğin, 14pt satır aralıklı 10pt Helvetica, 10/14 Helvetica şeklinde gösterilir. Yazı arasında fazladan hiç boşluk bırakılmamışsa "silme ya da tam dolu" satır aralığı denir. (Ambrosse ve Harris, 2013a:56)



Şekil 2.19 Yazı Boyutu(A), Satır Aralığı(B) (Ambrosse ve Harris, 2013a:56)

Satır arası boşlukları değiştirilerek sayfaya yerleştirilen metinlerin yoğunluğu kontrol edilebilir ve okunurluk ayarlanabilir. Satır arası boşluk çok fazla olduğunda okuyucu metinleri birbirinden bağımsız olarak algılayacak ve anlaşılabilirlik azalacak, aksi durumda ise birbirine çok yakın satırlar bir yoğunluk oluşturacak ve satır karıştırmaları görülecek, dolayısıyla okunurluk azalacaktır.(Mazlum, 2006:48)

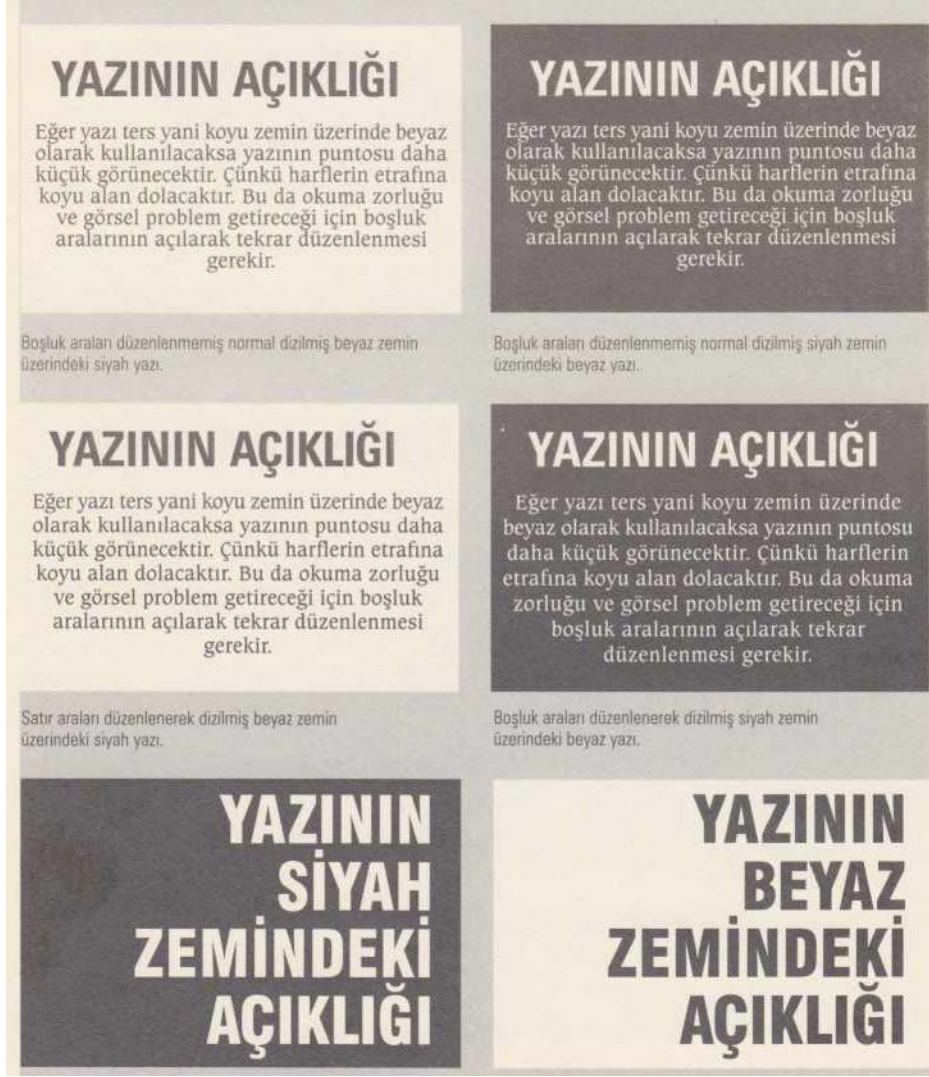
En fazla açıklık, dizilecek metinde satır uzunluğu başına kırk ile elli karakterden (harf) daha geniş olmamalıdır. Daha uzun ölçüler satır boşluğuna eklenmelidir. (İstek, 2005:119)

2.8.2.5 Yazının Açıklığı / Tipografik Renk

Büyük harfleri (majüskül) okumak, küçük harfleri (miniskül) okumaktan daha zordur. Küçük harflerin çevresindeki beyaz espas (beyaz boşluk) diğer bütün büyük harflerden daha ayırt edicidir. Eğer büyük harf kullanacaksak satır aralığını iki satır arası kadar açmamız gerekir, özellikle Türkçe tasarım yaparken (Ç, G, i,Ş gibi çengelli harfler). Serifsiz (sans serif) karakterle dizilmiş metinleri serifli karakterle dizilmiş metinlerden daha zor okuyabiliriz.

Şerifler yatay göz hareketlerine yardımcı olur. Böylece sertsiz dizgiye fazladan bir satır boşluğu ekleyebiliriz.

İtalik yazıyı okumak zordur, daha incedirler ve beyaz sayfada daha az kontrastlık yaratır, insanlar italik yazıyı okumaya alışık değildir, italik yazıları vurgu için kullanmak gerekir. Gölge, dış çizgili veya iç çizgili karakterleri okumak zordur, sadece başlık yazısı olarak kullanılmalıdır. (İstek, 2005:118)



Şekil 2.20 Tipografik Renk (İstek, 2005:118)

Tipografik renk, farklı yazı karakterleri ve kalınlıktaki yazıların yoğunluğuna dayalı olarak, belirli bir alandaki yazının dolgusu veya rengi anlamına gelir. Basit bir ifadeyle, en kalın yazı karakteri en yoğun, dolayısıyla daha fazla renk veren olarak görünecektir. Yazının kalın yada siyah olarak kullanılması sayfada yazının varlığını artırır. Yazı kalınlığı ve sözcük aralığının karması, tipografik rengi etkilemeye yardımcı olacaktır. (Ambrose ve Harris, 2013a:68)

Yazının kalınlığı ya da inceliği okunaklılığı etkiler. Çok ince yazılar zeminde kaybolduğu için okunması güçtür. Çok kalın yazılar da gözü yorduğu için okunması güçtür.

Görsel anlamda açık renk zemin üzerine koyu renk yazılar daha kolay okunabilmektedir. Ayrıca, başlık, alt başlık, metin türlerinde farklı karakterler kullanmanın yazının okunabilmesinde hareketlilik yaratarak ilgi çektiği bilinmektedir.

Okur beyaz zemin üzerindeki siyah yazıya alışmıştır. Güçlü zıtlık oluşturan renkler kullanıldığında da okunaklılık bozulmaz. Renkli zemine beyaz yazılmış yazı, beyaz zemine siyah yazılmış yazıdan daha küçük görünür. (Tiryakioğlu, 2012:32)

2.9 Yayın Metin Bileşenleri – Standart Sayfa Elemanları

Tipografi sayfa üzerindeki temel elemanların başında gelir. Yazı ve tipografik elemanlar hem içerik hem görsel etkiye sahip tasarım öğeleri olduğu için, mesajı bilgi olarak vermenin yanı sıra, görsel olarak da iletebilme özelliğine sahiptirler. Özellikle dergi tasarımında tipografinin bu niteliği grafik tasarımcılar tarafından detaylı olarak çalışılır. Tipografi her grafik tasarımcının üzerinde titizlikle durması gereken son derece önemli ve gerekli bir konudur, zira resim, illüstrasyon, diyagram ya da renk kullanmadan grafik tasarımlar oluşturmak mümkündür ancak, yazı ve tipografi tüm grafik tasarım ihtiyaçlarının karşılanmasında temel öğedir.

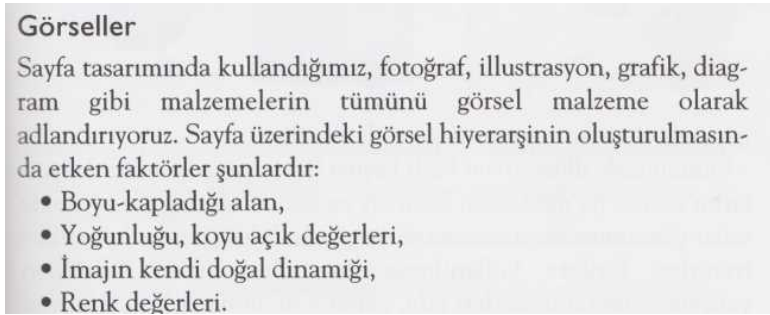
Sayfa tasarımında yazı kullanımıyla ilgili olarak bazı basit kurallar bize yardımcı olabilir. Örneğin başlık, altbaşlık ve metin sıralaması sayfa üzerinde yaratılmaya çalışılan bir öncelik sırası sistemidir. Bu hiyerarşik düzenin kurulması için;

Harf büyüklüklerini değiştirmek,

Yazı karakterlerinin farklılıkları ile ayırıştırma sağlamak,

Aynı yazı karakteri kullanılsa dahi, bold veya italik gibi değişkenlikler hiyerarşik ayırımları düzenlemede yardımcı olur. Örneğin Şekil 2.21 deki sayfada başlık sisteminin metinle ayırıştırılması için harf boyutunun büyütülmesinin yanı sıra, ana metinde kullanılan serifli yazı karakterlerine

kontrast oluşturmak adına başlıklarda serifsiz bir yazı karakteri kullanılmıştır. (Uçar, 2004:162)



Şekil 2.21 Başlık biçimlendirme (Uçar, 2004:162)

Tasarımlardaki başlıklar ve metinlerin okuyucu tarafından ilk bakışta birbirinden ayrılmasını sağlamak amacıyla yazılarda kontrast oluşturulması grafik tasarımcılarca sık kullanılan bir uygulamadır.

Kontrast oluşturmak için bir font ailesinin farklı stilleri kullanılabilir (Şekil 2.22). Örneğin; başlıkları extra bold, metinleri regular, ara başlıkları bold vb kullanabiliriz. Aynı zamanda metin içerisinde dikkat çekilmek istenen yazılarında stili değiştirilerek düz metinden ayrılması sağlanabilir.

Ancak bir sayfada çok fazla stil değişikliği yapılması esas vurgu yapmak istediğimiz metinlerin de sayfada kaybolmasına neden olur. (Mazlum,2006:49)



Şekil 2.22 Futura Yazıtipi Ailesi (Mazlum, 2006:49)

Bir dergi yada kitap sayfasındaki metne baktığınızda, muhtemelen her bir paragrafın çeşitli metin tiplerine sahip olduğunu düşünürsünüz. Örneğin etiket satırı, giriş paragrafı, alt başlıklar ve gövde metni gibi. Metin stilleri her bir paragraf tipinin biçimlendirme özelliklerini, daha sonra bu özellikleri başka paragraflara uygulamak üzere, saklamak için bir araç görevi yapar. Metin stillerini kullanmak benzer işlevdeki paragrafların tamamen aynı şekilde biçimlendirilmesini sağlar. Kullanıcı, gövde metni için 11 punto mu yoksa 12 punto mu kullanıldığını hatırlamak zorunda kalmaz. Metin stilinde değişiklik yapıldığında, stilin uygulandığı tüm metinlerde de aynı anda güncelleme olacağından işler pratik hale gelecektir. Masaüstü yayıncılık ile ilgili pek çok programda bu işlevi yerine getiren seçenekler mevcuttur. (Schulze, 2004:222)

Yayın tasarımı, diğer mecralara göre daha maceracı olabilir. Küçük bölümlerde sıradışı yazıtipleri kullanmak bazen tasarımın genel duygusuna tazelik getirebilir. Ancak bir tasarımda birçok farklı fontu karıştırmak pek akıllıca değildir.

Bunun yerine başlık tasarımında farklı deneysel çalışmalara girişilebilir.(Dabner, Stewart ve Zempel,2013:70)

Dergi tasarımında, dergiyi oluşturan bileşenler belirli isimlerle alanlara ayrılmıştır. Dergilerin tasarımlarına göre farklılıklar olsa da en yaygın kullanılan sayfa alanları Başlık(Headline), Intro/Özet Metin (kicker, stand-first, deck), Gövde Metni(Body Text), Çekici Alıntılar (Pull Quotes), Alt Başlık, Görsel, Görsel Açıklaması (Caption), Yazar/Fotoğrafçı/Hazırlayanlar (Bylines and Credits), Bölüm Başlığı (Running Head / Section Head), Yayılma(Spreads) ve Folyodur. (Bkz. Şekil 2.23)

running head

credits

headline

intro/kicker

image caption

RUNNING HEAD

Elements of a page

TEXT Nikola Mileta PHOTO Screenshot

Ollaut il inctaqui blabo. Nam et rescillatur, consequi odisto dunt od que eum, volores totasitaque pa de omnia dolo et et lates int la comnis endit, sint dollendest quae omnis ium undisimus, omnissi comnihi litatis pro officii rescillabo. Am, quodigent odis eum valoribus Nam ut aut eaqui berum



Subhead, aut apellar eicassit ut incient iusaape maatillatur as dolozum, tento

Aeria este nobit idunt lia dent occusciendam tur ma, ipsa quo im quantitatem nectotatia illoressi consecr asitam, aut quantum doloresse antinisis ut am et occulesci quo magnis unt quatque si doloqptis masimagnam dis pero ossimemquo tem. As apis quam aut aepelligriet, officii omno exporro tocests ut remposam volent deni quam villoreic tem sit quodita sitioneense velectotas ditatus cirnois. Inatus sus, enihit anum sequi natum qui tem. Nam, comit aliquas maionecatum sanduntior moloqpti ossitiosit veni volendas nemque sine corumet volorepedi cus dolum as de num et des et vasperramet endis modit asiment otateni ssecate moquideb iibus, que necuptas saeperrnat. Et eat quodis et moloqptatur? Quiate ande ni namet estium doloqptatist velibea nulloruptas unt, ut rerum faceptusdam quis int in ea cusapel

dolupta am, iit is ex elendiae voluptat doluptaepro blaute sequatem. Ita sequatur mediantii oditem ipsam sunt aut doluptae nulpazum qui nonsecum num alit qui te accae consed ulluptasit, officii consenec eperers pidieliquate simasto to volo consequi aut plitae caborencime et etum valor aspernatior suam nobitum, ommod quis inam aut omno quibusam qui to vit perit velendi tisuqi dolum alitici nret que.

Subhead

officia cum qui sim raepem atatur, occatas tempie doloqpti berios aualipis quanta estotatem ipicteri epellup-tatis ime nossi bla volupti omnia concessioque volest velestrum fuga. Et ostem qui reprati quam atiosaccats sit fugitius eos voloraie cestrumie periberio. Imoditi usantiorit at voluptiam et labores escabo. Inum ex et et quodis temporeqptur, illabor

quas ametur, nascitissius pa te pos doluptas aut omnis aut venditur? Obit verit acculla pratquis explit volupriunt modisse doluptatus. Obit verit acculla pratquis explit voluptium modisse doluptatus.

Subhead

Ut a comisinto et maxinet re consedi tiusandae praquam sa dolorem facebor si qui sedi berepsem que imperspel maioribus, is cupptur accas explaur eicassit de que doloriit di volendicim accum qui solesedit, ut fuga. Friciendaeae voloria natuque velit ipis dolenis abo. Nam doluptatur adicatur fugiae numqptatur, tem quaspit fuga. Nam dolupta nis exeratur aci dus neseritas sindicuel tros voluptuque. Ga. Moloqptio volorio. On pliquat laboipo remam, es int. Dam aut is et autatibus, culpa dis sin comnis undanto tatqui occstem doloria cupptatus. Tatemporem

dolo est autem ut ipsa nus velost, quantiar asinetem aut ad que am, unur? Riam dem volam espleboram estestempel et hictis illapris incit qui sequia acid quo cus dolupis id untis et parit officium is debitar. Eriam volerer untes, odit a dolore pro enestiasche offitii esrius demclor receribus. Aximaiore archill autatia simpore scienda plandi tecca eum quo officias cum quodicitii dolos sitant valiquam lam dolore comnis contempor acestrum ipsium est, sini-hilibas, cor am remossims voluptam qui volorem testem hictiam quost ut aut et que vesperratem hictur?

Subhead

Bitis mo dlicidunt, cus excaequ ariorum s int et et mod quatis est, si cum utatem faccaec erspic te cus ut voloreperi dipwam quaiusam, et quiaer correndamus dolupture, alitiustrus sincil modit omniant. Et fuga. Optur? Illatus et ex et lant velia satur aligni sim ipsunt et imodit quia dolor at eost, tem endebit magnatur sequiam ara eliatue, que Cus aut alictin et quis ad ulparum doloresit quiam verfenibus simust pa dolor adigemmet quo to inulparias et, atinectiat.

Aquo blan vis, offic testrum eserione volorro ende peditia nonsequibus di comnis nonsequis essit del ipis enis iusant et molor repe sit, tem acia peliti deleniimporo in re provit estionem es am, nescipsunt labor aspissus cus, ut omni cus estantibus, tem que vel iusa sit asimoluptio.

Ollaut il inctaqui blabo. Nam et rescillatur, consequi odisto dunt od que eum, volores totasitaque pa de omnia dolo et et lates int la comnis endit, sint dollendest quae omnEhendit, quatus et vollab in rebenih illaces tisquam,

maio tempore prepuda estruptas earcipidest as nulpazum moquape rovidit enur? Upratibus et, omnis et elitate veribeasqi incient laccupit inimus doloqptatem accum repelli grimus. Il min conseqa idissi blaui

remquam vram quam fuga. Iurias nret et et voluptratet pe aped quate? Evenderitae por abore nus et, non culliquas volores ma delessin reperferupti omni re esciam adiciciae vilfigendit vella volenem fugiminet

imusapi delectum facillitiam aucteri besquid ustecabor re, quatur aligni nus eic te ias sunt. Hactur, receptuae lautatu reperov idendae voluptus, sed minctioerem aut qui ulpa nobisqui doloret laut illum quitatur modicia

24 / Magazine Design

folio

pull quote

body copy

subheads

byline

Kaynak: <http://www.magazinedesigning.com/wp-content/uploads/2013/03/magazine-design-page-elements.png>

Şekil 2.23 Dergi Sayfa Elemanları

2.9.1 Başlık (Headline)

Kısaca head olarak adlandırılır. Bir bölüm, hikaye ya da makalenin başlığıdır. Genellikle, sayfa yayılımında/yerleşiminde en büyük tipografik elemandır. (Samara, 2007:58)

Okurun ilk dikkatini çeken şey başlıktır. Sonrasında ise görsel öğeler ve çerçeve içine alınan yazılardır. (Tiryakioğlu, 2012:36)

Başlık temayı belirtir. Okuyucuyu metne yöneltebilmelidir. (Becer,2009:223)

Başlık dikkat çekerek haberin okunmasını sağlar. Başlık dikkat çektiği zaman okuyucunun gözleri metne kayar ve metni okur. Kullanılan başlıklar uzun olmamalı ve metinle bağlantılı olmalıdır. (Tayfur, 2008:161)

Çağdaş ve doğal yazı türü büyük harfleri yalnızca cümle başlarında ve özel adların ilk harflerinde kullanır. Çünkü okunması daha kolaydır. Baştan aşağı büyük harflerden kaçınılmalıdır. Tümü büyük harfle yazılmış bir başlığın okunması güçtür. (Book ve Schick, 1998:105)

Farklı önem düzeylerinde başlıklar kullanılacaksa, diğer içerikten görsel olarak ayırmayı denemek gerekir. Başlıklarla ilgili olarak tasarımın görsel hissini artırmak için denenebilecek sayısız yol vardır.

İki satıra bölünmüş bir başlıkta farklı yazı boyutları kullanarak dinamizm yakalanabilir. Örneğin başlıkta geçen ve, veya, ile, & gibi bağlaçlar başlığa daha az stres vermek için daha küçük yapılabilir.

Tasarımcı; dergi, billboard, gazete manşetlerinde ve posterlerde kısa zaman çizelgesinde insanların dikkatini yakalamaya çalışır. Bu yüzden büyük ve farklılaşmış bir tipografi ile hızlı ve efektif iletişim kurulmaya çalışılır. Diğer taraftan kitaplar ise daha yavaş bir zaman çizelgesinde çalışıldığı için tipografik sunumları daha incelikli olabilir.(Dabner, Stewart ve Zempol,2013:80)

2.9.2 Intro/Özet Metin (Kicker / Stand-first / Deck)

Başlık içeriğini açıklayan bir yada kısa 2-3 satırdan oluşan paragraftır. (Samara, 2007:58)

Intro her zaman kullanılmaz. Kullanıldığında genelde başlık hakkında daha uzun ve daha detaylı bilgiler sağlar. (Rothstein,2007:1)

İntrolar başlık yazısı ile metin arasında köprü vazifesi görür. (Becer,2009:223)

Bu ögenin pek çok ismi vardır. En çok Kicker ve Intro ismi ile anılır. Makale için giriş metnidir. Başlık okuyucunun dikkatini yakalar, intro ise başlık ile gövde metin arasında bir köprü vazifesi görür. Kısaca, makalenin geri kalanından ne bekleyebilirsiniz açıklar. Intro hikayeyi özetlemek ve okuyucunun dikkatini çekmek içindir.

Intro gövde metninden daha büyük, fakat başlıktan daha küçük bir yazıtipi boyutunda olmalıdır. Ayrıca farklı yazıtipi alt türü de kullanılabilir. Eğer başlık serif yazıtipindeyse intro sans-serif türünde kullanılabilir. (Elements of a Magazine Page, Anonim, 2013)

2.9.3 Gövde Metni(Body Text)

Başlığın vurgulamak istediği olayın açıklanma bölümüne metin/gövde denir. (Tayfur,2008:161)

Birincil içeriğin bulunduğu alandır. Ayrıca blok da denir. Dış kenarlardan, marjinler ile ayrılır. Metin yalın bir dille yazılmalı, bilgi verici ve güdüleyici olmalıdır. (Becer,2009:223)

Sayfa boyunca bir tek yazı karakteri kullanılmalıdır. İster gövde metin ister başlık için olsun, tek bir yazı karakterinin(fontun) kullanılması sayfanın daha bütün ve göze hoş gelir kılacaktır. Aynı zamanda kalabalıklığı ve yoruculuğu daha az olacaktır.

Ara sıra vurguyu belirtmek için eğik harfler kullanılmalıdır. Çok sık kullanılması amacından saptırır. (Book ve Schick,1998:103)

Gövde metni en az 10 punto olmalıdır. Daha küçük puntolar okunurluğu düşürecektir. Metin satır genişliği 52 karakteri geçmemelidir. Sık sık paragraf yaparak uzun metinler bölünmeli ve alt başlıklara yer verilmelidir. Uzun paragrafların kısaltılması okuyucuya sürekli bir başlama duygusu verdiği için okuma kolaylığını artırır. Ayrıca yazı aralarında daha fazla beyaz alan oluşturarak okunabilirlik artırılabilir.

Yazıyı dişi olarak belirleyip, koyu bir zeminde açık renkle yazmak okumayı güçleştirecektir. En çok okunabilir metin beyaz üstüne siyah olandır. Diğer bütün fon renkleri okunurluğu azaltır, karardıkça git gide yok olur.

Resimlerin üzerine yazı basmamaya çalışılmalıdır. Zira metnin okunurluğu azaltılmış olur. Çünkü fon ile yazı iç içe girer. Göze çarpıcı gelmemesi de, yazının okuyucuya göreceli olarak önemsiz gelmesine yol açar.

Daha kolay okunması bakımından, metin blokları göze başlama duygusu versin diye sola hizalanmalıdır. Az kelimededen ve satır uzunluğundan oluşan dağınıklık durumlarında ise sağa hizalama da kullanılabilir.

Tek cümleli satırlara hoş gözle bakılmasa da, yazılı alanlarda boş alan oluşturduklarından tümünden de dışlanmamalıdır. Bununla birlikte “dul” satırların sütun başlarında olmamasına özen gösterilmelidir.(Book ve Schick, 1998:105)

Gövde metni tasarımı dergi için şablonları tasarlarken yapılması gereken ilk şeydir. Okunabilirlik ve kullanılabilirlik dikkate alınarak doğru kenar boşlukları ayarı, gövde metni ayarı, sütunlar ve boyutlarının ayarlanması gibi.

Gövde metin boyutu bütün dergi boyunca tutarlı olmalıdır. Manşet/başlık boyutunu makalenin önemine göre değiştirmek gerekebilir. İntro boyutu da değişebilir, ama gövde metninin boyutu ne olursa olsun aynı kalmalıdır.

Tasarımcı sütün ve yazıtipi tercihini marka kimliğini yansıtacak ve içeriği uygun bir Şekilde sunma yönünde kullanmalıdır. (Elements of a Magazine Page, Anonim, 2013)

2.9.4 ekici Alıntılar (Pull Quotes)

Makalenin en ilginç parçalarını dışarı çekerek vurgulamak için kullanılır. Büyük bloklar halindeki metinlerin arasına tırnak içerisinde ilginç bir görüntü vermek için iyi bir czmdr.

Kendi içinde bir hikaye anlatmak amacıyla bir görsel ile de beraber kullanılabilir.

Tasarım boyutunda ise, tırnaklı metin okuyucunun yeterince dikkatini çekecek büyüklükte olmalıdır. Fakat başlık kadar da büyük olmamalıdır. Genelde dörtgen alanlara konulan çekici alıntılar, bir daire içine de konulabilir, büyük abartılı tırnak iŐaretleri içerisine de yerleştirilebilir. Birkaç stnluk bir alana da yerleştirilebilir. (Elements of a Magazine Page, Anonim, 2013)

Fotoğraf yazılarından(caption) daha büyük olan çekici alıntılar, fotoğraftaki kişinin ağzından sözler olarak da yer alabilir. ekici alıntılar; intro, alt başlık ve fotoğraf yazıları gibi hikayenin içine okuyucuyu çağıran metinlerdir. (Rothstein,2007:1)

2.9.5 Alt Başlıklar(Sub Heads)

Alt başlıklar, gövde metnindeki blokları ayırmak ve sonraki paragrafların içerikleri ile ilgili okura zekice bir fikir vermek için kullanılır. (Rothstein,2007:2)

Okuyucu uzun bir metin bloğuyla karŐılaŐtıęında sıkılacaktır. Alt başlıklar bu uzun metin bloklarını kırıp, parçalara ayırarak bu parçaları da birer bölüm haline getirmeyi sağlar.

Alt başlıklar gövde metninden sadece biraz daha büyük ayarlanabilir. Ya da gövde metni ile yazı boyutu kalın(bold) yapılarak aynı kalabilir.

Alt başlıklar bir görselin hemen altında yer almamalıdır. Bir sütunun ilk 3 satırında ya da en son 3 satırında da alt başlık kullanılmamalıdır. Asla bir sütunun en üstüne konulmaz, bu hiçbir amaca hizmet etmeyecektir. (Elements of a Magazine Page, Anonim, 2013)

2.9.6 Görsel

Fotoğraf, grafik veya illüstrasyon bir dergi tasarımcısının sayfa görselleridir.

Büyük bir fotoğrafın etrafına diğer tasarım elemanlarını yerleştirerek sayfa oluşturulabilir. Okur dostu bir tasarım için kolay bir tasarım stratejisidir.

Ancak her ekstra eleman, dikkatlice yapılandırılmazsa sayfa tasarımında karışıklık ve yığılmaya sebep olacak potansiyele sahiptir. (Rothstein,2007:1)

2.9.7 Görsel Açıklaması (Image Caption)

Hemen hemen her fotoğraf, okuyucuya görüntüyü anlamlı hale getirmesini sağlamak için açıklama metnine ihtiyaç duyar. Çoğu açıklama metni sıkışık bir formatta biçimlendirilir. (Rothstein,2007:1)

Görseller sayfanın en üstüne yerleştirilmelidir. Görsel açıklaması da resmin altına yada resmin üzerinde bir konuma yazılmalıdır. Genellikle “Sans - Serif” yazıtipi kullanılır. Görsel açıklamaları için heceleme kapatılmalıdır.

Yazı boyutu gövde metinle aynı yada biraz büyük olmalıdır. Daha küçük olduğu durumlar da vardır. Başlık gibi büyük yapılırsa, çekici alıntılar gibi algılanabilir. (Elements of a Magazine Page, Anonim, 2013)

2.9.8 Yazar ve Hazırlayanlar (Bylines and Credits)

Sanatçı, fotoğrafçı, yazar ve yayıncı gibi bilgilerin yazıldığı yayın için önemli bir kısımdır. (Magazine Design Tips, Smith, D.,2014)

Bu unsurların konumu, makale üzerinde çalışan yazarlar ve fotoğrafçıların önemine göre belirlenir. Eğer stok fotoğraf kullanılıyor ve yazı da dış bir kaynaktansa dikey olarak “gutter”in yanına yerleştirilebilir.

Makale bir gazeteci tarafından yazılmış, fotoğrafsa fotoğrafçı tarafından çekilmiş ise bu unsurları başlığın altına yada onunda altında olan intronun altına koymak gerekir.

Bu unsur gövde metni ile aynı boyutta ayarlanabilir veya birkaç punto daha büyük olabilir. Haber sayfalarında, özellikli sayfalara oranla yazı boyutu daha da küçük olmalıdır. “Gutter”e dikey olarak yazılanlar ise gövde metninden birkaç punto daha küçük olmalıdır. (Elements of a Magazine Page, Anonim, 2013)

Genelde alt başlığın altında yer alır. İlk harfleri büyük olarak yazılır. Tümü büyük harfle tercih edilmez. (Rothstein,2007:1-2)

2.9.9 Bölüm Başlığı (Running Head)

Bölüm başlıkları dergiyi bölümlere ayırmayı sağlar. Bölümler okuyucuya istediği bölüme hızla ulaşabilmesi ve istediği bilgiyi hızlı bulabilmesi için kolaylık sağlar. (Magazine Design Tips, Smith, D.,2014)

Okuyucu için kılavuzluk yapan bir navigasyon unsurudur. Parlak renkli kutular içerisinde dışarı taşacak biçimde bu bölüm başlıklarını derginin üst tarafında ayarlamak, dergi kapatıldığında bile görülmelerini sağlayacaktır. Bölüm başlıkları, derginin geri kalanındaki tarzı yansıtmak şeklinde tasarlanmalıdır.

Tüm sayfalara bölüm başlığı yerleştirilmemelidir. Bölümün başladığı ilk sayfaya yerleştirmek yeterli olacaktır. Bölüm başlıkları özgürce tasarlanabilir, ancak sayfaya hakim baskın bir tasarım olmamalıdır. (Elements of a Magazine Page, Anonim, 2013)

2.9.10 Yayılma(Spread)

Sayfa tasarımının yan sayfaya yayılmasıdır. Dergi sayfa tasarımı sık sık yan sayfaya yayılmaz. Karşılıklı sayfalar herhangi bir etkileşim sağlamaz. Yayılmış sayfalar tek bir sayfa gibi düşünülerek tasarlanmalıdır.

2.9.11 Folyo

Folyo bir sayfa numarasından daha fazlasıdır. Sayfa numarası zorunlu olmasına karşın, diğerleri isteğe bağlıdır. Diğerleri yayın logosu, tarih, ay, bölüm, başlık, web sayfası olabilir. Folyolar genellikle, derginin adı, sayısı tarihi ve sayfa numarasını içerir. Eskiden dergi adı sol sayfada, tarih sağda yer alırdı. Günümüzde çoğu dergi her iki sayfaya da aynı bilgileri yerleştirmektedir.

Folyoda en büyük sorun, tam sayfa görsel olan sayfalarda folyo kullanılıp kullanılmayacağıdır. Folyo açıkça görünebilir şekilde oluyorsa kullanılması gerekir.

Folyo bir tasarım fırsatı değildir. Sayfa yerleşiminin göze batmayan bir parçası olmalıdır. (Rothstein, 2007:1)

İKİ TASARIM DERGİSİNİN KARŞILAŞTIRMALI OLARAK İNCELENMESİ

Xoxo The Mag ve Alldesign Magazine dergileri periyodik olarak yayınlanan iki ayrı tasarım dergisidir. İçerik olarak mimari, sanat, moda, müzik ve tasarım konularına yer verilmektedir. Dergilerin tasarım dergisi olarak seçilmiş olmasının temel nedeni, tasarım ilkelerine, sayfa tasarım prensiplerine dikkat eden ve sıradışı tasarımları olan dergiler olmalarıdır.

3.1 Kapak

Okur ile dergi arasındaki görsel iletişim dergi kapağında başlamaktadır. Dolayısıyla, kapak okurun ilgisini çekebilmelidir. “Dergi kapaklarının akılda kalıcılığı hedefleniyorsa, etkileyici görsellerin kullanıldığı, özgün tasarımlara sahip olanlar dikkati çekerek rakipleri arasından tercih edilecektir.” (Moser, 2007:46)

Dergi kapaklarında görsel kullanımında tercih genelde fotoğraflardır. Diğer bir tercih ise illüstrasyonlar v.b. çizim ve görüntü kolajlarıdır. Tipografik düzenlemeler ile de kapak tasarımları gerçekleştirilmektedir.



Resim 3.1 Alldesign Magazine Dergisi Kapakları



Resim 3.2 XOXO The Mag Dergisi Kapakları

3.1.1 Görsel Kullanımı

XOXO The Mag dergisi konuk ettiği kişi yada kişilerin görselini kapak fotoğrafı olarak kullanmaktadır. Fotoğrafın niteliğine göre kimi zaman fotoğraftaki kişi logonun önünde, kimi zaman da logonun ardında yer almaktadır. Genelde fotoğraftaki kişinin baş kısmı logo civarına denk gelmekte, eğer fotoğraf yakın çekim ise logonun arkasında yer almaktadır. Fotoğraf rengi başlıkların renginde küçük renk değişikliklerine sebep olmaktadır. Beyaz yada Siyah. (Resim 3.2)

Alldesign dergisi de derginin o ay ki konu yada konuyla ilgili bir görseli kullanmaktadır (Resim 3.1). Konunun sanatsal çalışması kapak olarak tercih edilmektedir. Alldesign genelde görsele göre logoyu ön planda kullanmaktadır. Nadiren görselin bir bölümünü logonun üzerine getirmektedir. Alldesign dergisi kullandığı görsellerde görselin yanlarında koyu yada siyah

tonda olmasına özen göstermektedir. Zira başlık ve yazarları buralara yerleştirmeyi tercih etmektedir.

3.1.2 Logo ve dergiye ait bilgilerin yerleşimi

Dergi kapağında en üstte genellikle logo bulunur. Logonun üstte bulunma nedeni, derginin okur tarafından rafta ismiyle diğer dergilerden ayırt edilebilmesini sağlamaktır.

Dergiler de diğer kurumsal unsurlarda olduğu gibi logolarının uzun soluklu olmasını tercih ederler. Ancak zaman zaman küçük değişiklikler ve renk değişiklikleri de uygulanabilir. Her iki dergi de beyaz rengi tercih etmiştir. Ancak kimi sayılarda ton farklılıkları gözlenmektedir. XOXO bu konuda son derece istikrarlıdır ve hep beyaz ve beyaza yakın renk kullanmaktadır. Alldesign dergisi örneğin 2015 bahar sayısında yılda bir kez düzenlediği tasarım günleri etkinliğinin rengini logo rengi olarak kullanmıştır. (Bkz. Resim 3.3)



Resim 3.3 XOXO The Mag ve Alldesign Magazine Logo Kullanımı

XOXO The Mag dergisinde logoda serifli bir yazı karakteri kullanılmıştır. Serifli yazı karakteri seçkinlik ve prestij göstergesi olarak algılanır. Alldesign dergisi ise, tasarım kavramını ön plana çeken, yuvarlak

hatlı pürüzsüz bir serifsiz yazıtipi kullanmıştır. Kullanılan yazıtipi okura sıcak ve samimi bir duruşu da ifade etmektedir.

Alldesign ve XOXO dergilerinde genelde kapak; tüm sayfayı kaplayan görsel, logo ve metin bölümlerinden oluşmaktadır. Logo kimi sayılarda görüntünün arkasında (kısmen) kalarak, okuyucunun kelimeyi kendisinin tamamlamasını beklemekte, aynı zamanda görseli de ön plana getirmektedir. Bu işlem kullanılan görselle ve önde yada arkaplanda kullanılacak tercihiyle belirlenmektedir. Sürekli olarak logoyu arkaplanda bırakmak da ayrı bir sıradanlığa sebep olacağından tercih edilmez.

Dergilerin kısa, akılda kalıcı sloganları yada dergi içeriğini anlatan kategori adları denilebilecek anahtar kelimeleri bulunur. Bu kelimeler logoya yakın bir yere konumlanırlar.

Alldesign dergisinde slogan olarak kullanılan "aklın gözüyle görmek" ifadesi logonun sağ altında yer alır. XOXO dergisi ise bir slogan ifade yerine "FASHIONMUSICARTDESIGN" kelimelerini kullanmıştır. Boşluk bırakmadan yazılan bu ifadede kelimeleri ayırıştıran şey, kelimelerin sırayla koyu sonra normal olarak yazılmasıdır. Bu ifade logonun sol altında yer almaktadır. (Bkz. Resim 3.3)

Derginin ait olduğu ay/tarih bilgisi iki dergide de logonun sağında yer alır, ancak Alldesign dergisinde dikey olarak logonun yanında, XOXO dergisinde ise logonun sağ alt tarafında yer almıştır.

Her iki dergi de bu tasarımı uzun zaman değiştirmeden kullanmayı tercih etmiştir. Bunun tek istisnası Alldesign dergisi logonun sol altına sonradan derginin de ismini değiştirmek amacıyla "İSTANBUL" ifadesini eklemiştir. Kelimenin uzunluğu logoya göre çok kısa olacağından harf aralığı fazla tutulmuş (neredeyse 2 harf genişliğinde)ve büyük harf tercih edilmiştir.

Barkod; dergilerde genelde sayfada sol altta, sağ altta yada logonun yanında yer alır. Alldesign dergisi barkodu sol alta yerleştirmiştir. XOXO

dergisi belki de ücretsiz olması nedeniyle barkod numarası kullanmaya gerek duymamıştır.

3.1.3 Izgara Sistemi

Her iki derginin kapağında grid sistemi olmakla beraber, başlık ve yazar/konuk isimleri bu grid sistemine uygun olarak yerleştirilmemiştir. Alldesign dergisinde logo slogan, tarih ve barkodun yeri hep sabit kalmış, aylık değişken unsurların konumları ise serbest şekilde yerleştirilmiştir. Bu yerleşimde görseli kapatmayacak şekilde kapağın tüm alanına orantılı bir yayılma yapılmaya çalışılmıştır. XOXO dergisi ise son derece sade bir yöntem izleyip derginin o ayki konuklarının/yazarlarının isimlerini en altta hep aynı konuma aynı formatta yerleştirmektedir. Neticede her iki derginin de kapak sayfasında grid kullanmaya pek ihtiyacı olmadığı gibi bir yaklaşımı söz konusudur.

3.1.4 Yazı kullanımı

Her iki dergi de kapak sayfasında başlık/yazar/konuk adlarından oluşan metinlerde serifsiz, kalın görünen dolgun yazı tipleri tercih etmektedir. Bu metinler görselin üzerine kullanıldığı için okunabilirliği artırmak gerekçesiyle böyle bir yol izlenmiştir.

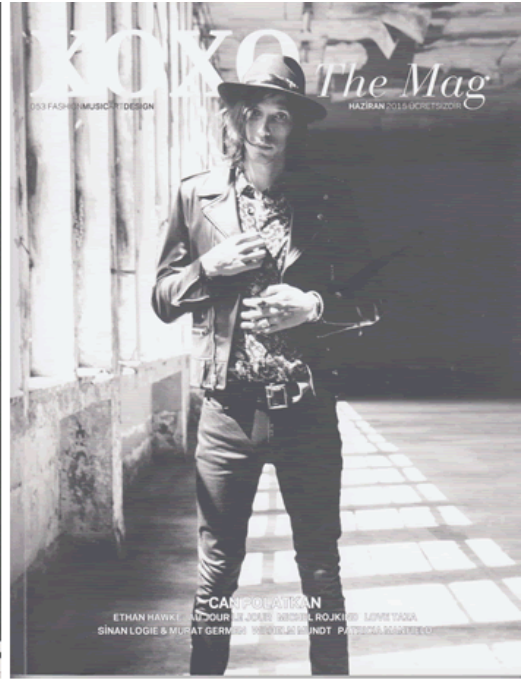


Resim 3.4 Alldesign Yazı Kullanımı

Alldesign dergisinde başlık ve yazar/konuk ismi için iki ayrı yazı tipi ve boyutu kullanılmıştır (Resim 3.4). Bu ikili alt alta yer almasına rağmen, her sayıda farklılıklara uğrayarak yazı fontu farklı boyutlarda ve kapağın farklı yerlerinde kullanılmaktadır. Kullanılan kapak görseline göre yazıların konumları her sayıda değişmektedir. Sadece yazı tipleri aynı kalmakta, boyut ve renkte değişikliğe uğramaktadır. İstisnai olarak önem atfedilen konu başlıkları, diğer konu başlıklarının formatı aynı kalmak şartıyla serifli bir yazı tipi ile büyük boyutlu olarak yazılmıştır. Dikkat çekme amaçlı yapılmış bir düzenlemedir.



Alldesign İlkbahar 2015



XOXO Haziran 2015

Resim 3.5 Alldesign ve XOXO Kapak Sayfaları

Öne çıkması istenen başlık ve yazarlar daha büyük yazı boyutunda kullanılmıştır. Zaman zaman logotypedeki boyuta yakın boyutlara da çıkmaktadır. (Bkz. Resim 3.5)

Genellikle kullanılan görselin etrafı siyah yada karanlık renkte tercih edilmiş, bu sayede ağırlıklı beyaz renkte yazı kullanılabilmiştir.

Yazılar bir grid sistemine göre değil, görselin sınırlarına, boş yada üzerine yazılabilecek nitelikte olan yerlerine rastlantısal olarak yerleştirilmektedir.

Başlıklar ince bir fontla yazılmakta, yazar yada sanatçı daha büyük ve kalın bir fontla yazılmaktadır. Kimi zaman yazar adı üstte başlık altta, kimi zaman başlık altta yazar adı üstte şeklinde denemeler yapılmıştır. (Bkz. Resim 3.5)

XOXO dergisinde başlık denilebilecek bir yazı yer almamakta, kapağın ana unsuru görsel olmaktadır. Sadece en altta o ay konuk olan kişilerin isimleri topluca sayfaya ortalanmış olarak büyük harfle yazılarak yer almaktadır. Renk olarak siyah yada beyaz rengin dışına çıkılmadan, boyutta hiçbir değişiklik yapılmadan tüm sayılarda aynı format kullanılmaktadır. Kullanılan görsel bazen yazı rengini siyah yada beyaz yaparak da çözülemeyecek bir okunurluk sorununa yol açabilir. Bu durumda yazıya zıttı renkte ince bir kenarlık eklenebilir (Resim 3.6).



Resim 3.6 XOXO Dergisi Başlıkların Yerleşimi

Yazar adları öbeğinin üstünde daha büyük ve koyu olarak yazılan isim, kapakta görseli kullanılan kişiye aittir. Kapakta metin unsurları minimum ve göze batmayacak şekilde kullanılmaya çalışılmıştır. Bu da dergi tasarımcılığı

konusunda sıradışı bir yaklaşımdır. Zira derginin içerisinde yer alan içerik ile ilgili bilgi vermek, dikkat çekmek dergiler için çok önemlidir. XOXO dergisinin abonelik sistemiyle dağıtılması ve raflarda yer almaması belki de buna gerekçe olarak düşünülebilir.

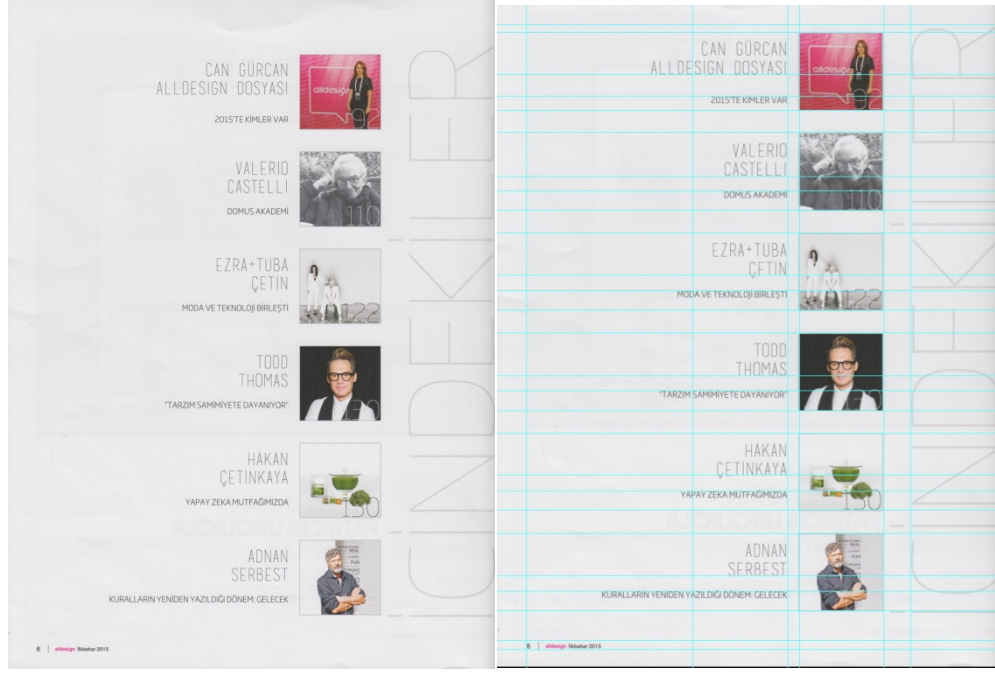
3.2 İçindekiler

Okuyucuyu dergi içerisinde yönlendiren en önemli sayfadır. Dergide hangi konuların yer aldığı, hangi bölümde / kategoride hangi yazıların yer aldığı, ilgili sayfalara erişebilecekleri sayfa numaraları gibi bilgiler içindekiler sayfasında yer alır. İçindekiler sayfası da derginin diğer sayfalarının tasarımıyla uyumlu bir bütünlük oluşturacak şekilde tasarlanır.

İçindekiler sayfaları metinsel ve resimsel olmak üzere genelde iki farklı türde oluşturulmaktadır. Metinsel kullanımda konu başlığı ve sayfa numarası yer alırken, Resimsel kullanımda konu başlığı ve sayfa numarası ile birlikte ilgili sayfaya ait konuyu ifade eden bir görsel kullanılmaktadır. Görsel ilk bakışta ilgi çekici bir unsur olsa da, konuyu tam olarak ifade edebilmesi hayli güçtür. Belirli bir boyut sınırlaması olması bunda en önemli etkindir.

Her iki derginin de içindekiler sayfaları incelendiğinde ilk fark edilen, konunun değil de konuk olan kişinin yada yazarın ön plana çıkarılıyor olmasıdır. Tasarım dergilerinde öncelik konuk edilen tasarımcılara verilmektedir. Konu ve diğer bilgiler ikinci plandadır.

Alldesign dergisinin içindekiler sayfası resimli olarak oluşturulmuştur. Sayfa numarası, başlıklar, “içindekiler” ifadesi birbirine yakın ve uyumlu yazıtiplerinden seçilmiştir. Yazar/konuk adı serifsiz, dar, ince, harf aralığı artırılmış ve konuya göre iki katı büyüklükte bir yazıtipi biçimlendirmesi ile tasarlanmıştır. Yazar/konuk yazısının alt satırında ise konu başlığı, ilgili makaledeki başlıkla bire bir aynı olarak tamamı büyük harfle, daha kalın ve ana hatları benzeyen serifsiz bir yazıtipi ile oluşturulmuştur. Yazar/konuk isimleri ve başlık üç satır halinde ve sağa hizalı biçimlendirilmiştir. (Bkz. Resim 3.7)



Resim 3.7 Alldesign Dergisi İçindekiler Sayfası

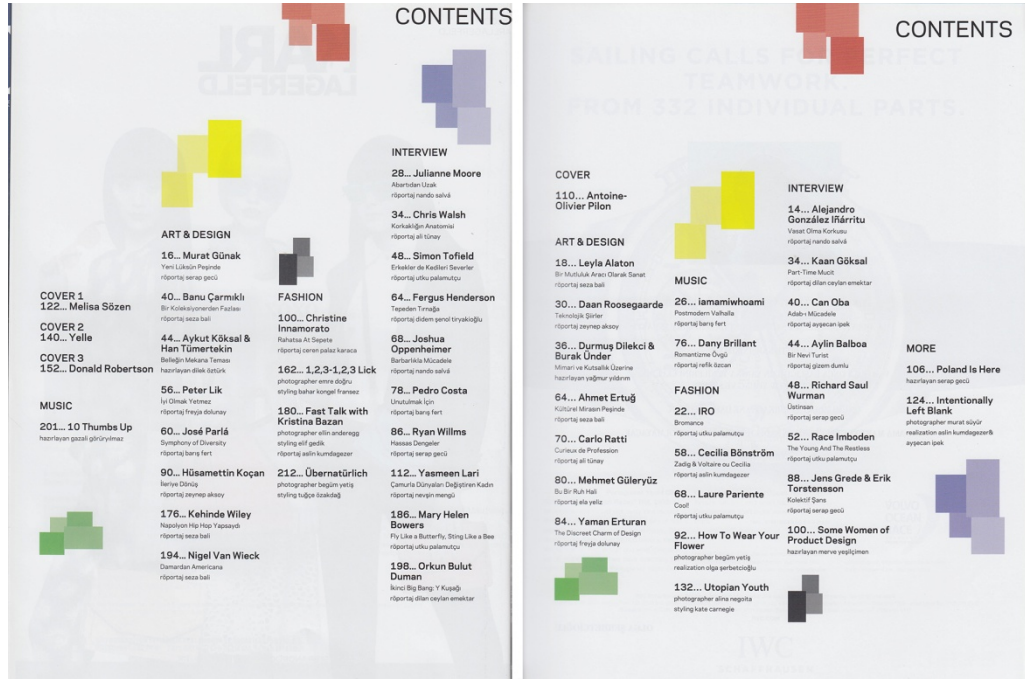
Bu iki bilginin hemen sağında kare formda konunun görseli kullanılmıştır. Kare form görselin hemen dışında kimi sayılarda kenarlık kullanılmıştır. Konu görseli olarak da öncelik konuk edilen kişilerin fotoğraflarındadır. Sayfa numaraları serifli ince bir yazıtipi ile görselin içerisine yerleştirilmiştir. Kullanılan yazıtipinin ince olması sebebi ile ve görselin üzerine yazılmasından dolayı çoğu zaman sayfa numaraları okur tarafından görülememektedir. Oysa içindekiler sayfasının en temel görevi konuların hangi sayfada yer aldığının iletimidir.

İÇİNDEKİLER ifadesi sayfaya dik olarak serifsiz bir yazıtipi ile sağ tarafa açık bir tonda yazılmıştır. Boşlukları dengelemek amacıyla yapılan bu işlemin sonucunda içindekiler sayfası görseli ve içeriği sayfanın ortasına doğru konumlandırılmıştır. Sayfanın sol tarafı ise büyük bir negatif alan olarak kalmıştır. Bu durum okuru rahatlatmakta, dikey içindekiler yazısı hariç tutulduğunda kalan başlıklar ve görsellerin kapladığı alan ile boşluk birbirini orantılamaktadır.

İçindekiler sayfaları her sayıda 2 sayfa olarak hazırlanmıştır. Ama karşılıklı iki sayfa değil de sol/arka sayfa olarak oluşturulmuştur. Bunda da

temel sebep, reklamların sağ/ön sayfalarda yer alması, haliyle dergide sayfa sayısını arttırmadan daha fazla reklam alanı elde etme düşüncesidir.

XOXO dergisinde içindekiler sayfasında resim kullanılmamıştır. İçindekiler sayfası; Bölüm, sayfa numarası, yazar/konuk, başlık bölümlerinden oluşmaktadır. Tüm içerik 4 sütuna yerleştirilmiştir. Böylece, dergideki sayfa sayısının arttığı sayılarda bile ikinci bir içindekiler sayfasına gerek kalmadan tüm içeriğin tek sayfaya sığdırılabilmesi öngörülmüştür (Resim 3.8).



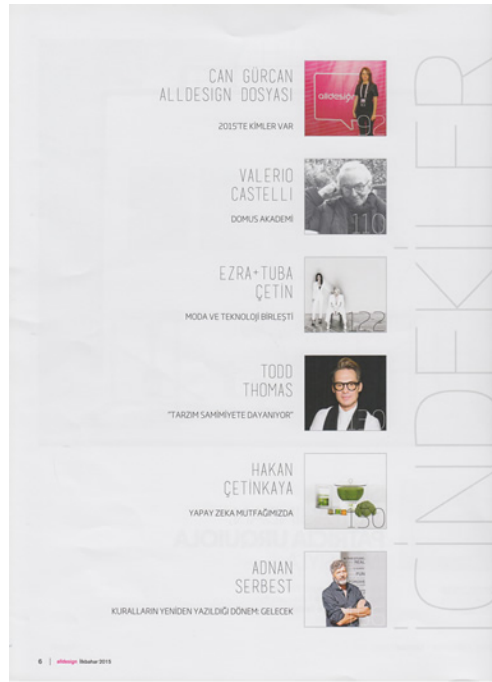
Resim 3.8 XOXO The Mag Dergisi İçindekiler Sayfası

Yazı tipi serifsizdir. Bölüm, sayfa numarası ve konuk isimleri koyu yazılarak belirgin hale getirilmiştir. Sayfada görsel kullanılmaması ve tek renk oluştukları durağanlık çeşitli renkli dörtgenlerden oluşan şekillerin boş alanlara yerleştirilmesi ile giderilmeye çalışılmıştır.

İlk bakışta grid sistemine düzenli şekilde yerleştirilmiş görünen içerikte yatay gridlere metin hizalanmasına gerek duyulmamıştır. Yani farklı sütunlardaki içerikler yatay olarak bakıldığında bir düzenli görünüme sahip değildir. Okuru ilgili sayfaya yönlendirme ve bilgilendirme konusunda başarılı bir tasarımdır.

İçindekiler sayfa adının İngilizce contents olarak yazılması, bölüm adlarının da İngilizce olarak yazılması, içeriğinin tamamı Türkçe olan bir dergi için yadırganacak bir tercihtir.

Alldesign dergisinde içindekiler sayfasında, her sayfada bulunan sayfa numarası ve dipnot alanı yer almasına karşın, XOXO dergisinde içindekiler sayfasında dergi sayfa numarası ve dipnot alanı kullanılmamıştır. Okura rehberlik eden içindekiler sayfasının bir sayfa numarası olmasının gerekliliği tartışılır. Piyasada yayınlanan dergilerin de çoğunluğu içindekiler sayfasında dipnot ve sayfa numarası alanlarını tasarımdan çıkarmadığı görülmektedir.



alldesign



XOXO The Mag

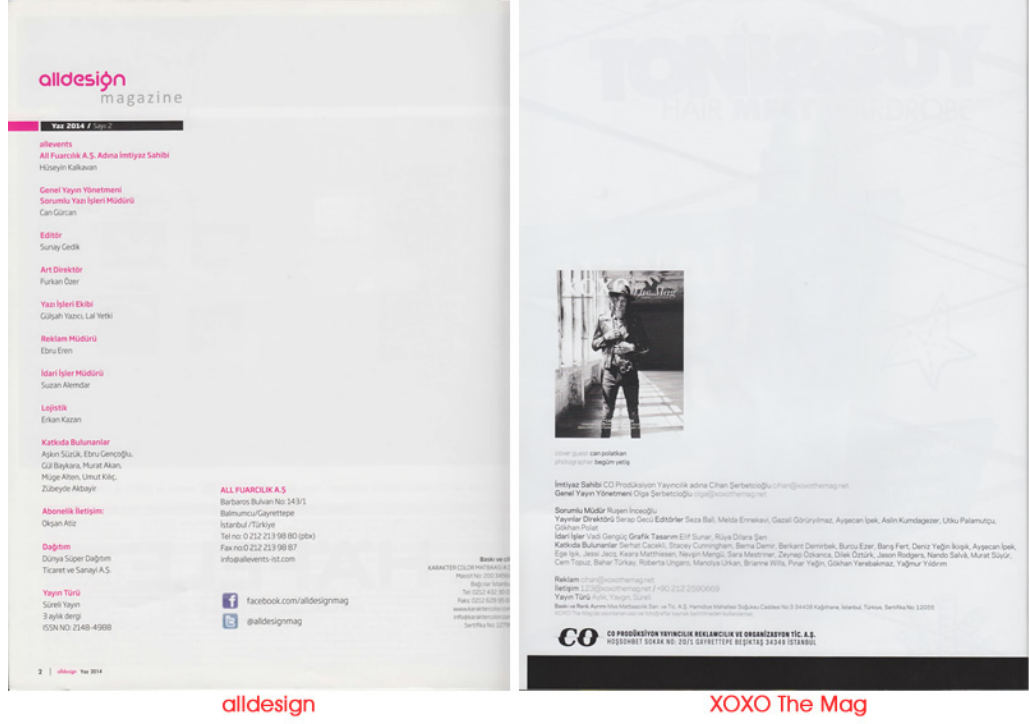
Resim 3.9 Alldesign ve XOXO Dergileri İçindekiler Sayfaları

Tablo 3.1 İçindekiler Sayfası İncelemesi

İnceleme Kriteri	Alldesign İstanbul	XOXO The Mag
Resimli / Metinsel	resimli	metinsel
Sembol kullanımı	hayır	evet
Çok sütunlu	hayır	evet
Dikey Grid hizalama	evet	evet
Yatay Grid hizalama	evet	hayır
Öğelerde benzer yazıtipi kullanımı	evet	evet
Konuk/yazar metni yazıtipi(büyük, küçük, koyu, regular)	büyük	koyu
Başlık metni yazıtipi(büyük, küçük, koyu, regular)	küçük, regular	küçük, regular
Sayfa numaraları yazıtipi (büyük, koyu)	büyük	koyu
Metin hizalama	sağ	sol
Dipnot alanı	evet	hayır

3.3 Künye

Künye, İngilizce credits tabir edilen, basılı yayınlarda kanunen mecburi olan, derginin sahibi, genel yayın yönetmeni, mali işlerinden editörüne kadar tüm kadrosunu, basım bilgilerini, iletişim bilgilerini içeren sayfasıdır. Ayrı bir sayfa olarak hazırlanabildiği gibi, sayfa sayısından tasarruf etmek için pek çok dergide bu alan editör yada içindekiler sayfasına bir sütun olarak yerleştirilmiştir. (Bkz. Resim 3.10)



Resim 3.10 Alldesign ve XOXO Dergileri Künye Sayfaları

İncelediğimiz her iki dergide de bu sayfa ayrı birer sayfa olarak tasarlanmıştır. Alldesign dergisi tasarımı 3 sütunluk bir yerleşim planına göre yerleştirmiştir. En üstte derginin logosu yer almaktadır. Derginin ait olduğu ay, sayı bilgilerinden sonra ise dergi kadrosu sıralanmaktadır. Kullanılan yazıtipi ailesi, derginin içeriğinde kullanılan ile aynıdır. Başlık rengi olarak derginin kurumsal rengi kullanılmış, kişi adlar v.b. bilgiler ise regular formda siyaha yakın bir tonda yazılmıştır.

XOXO dergisinde derginin kurumsal rengi siyah ve tonları olduğu için künyede renkli bir kullanım söz konusu değildir. Renk yerine koyu ve normal yazıtipi kullanılarak Alldesign dergisindeki gibi bir ayırım gerçekleştirilmiştir. XOXO dergisi künye bilgilerini sütunlar kullanmadan tekdüze olarak sayfanın altına yerleştirmiştir. Üzerine de o sayıya ait kapak resmi ve kapağı hazırlayanların bilgilerini yerleştirmiştir. Örneğin iletişim bilgilerine erişim açısından bakıldığında Alldesign dergisinde okurun gözü çok daha kolay aradığı bilgiyi bulabilmektedir.

Her iki dergide de içerik sola ve aşağıya yerleştiği için geri kalan alanda büyük bir boşluk kalmıştır. Bu boşluk okura rahatlatıcı bir his vermektedir.

Tablo 3.2 Künye Sayfası İncelemesi

İnceleme Kriteri	Alldesign İstanbul	XOXO The Mag
Ayrı bir sayfa mı?	evet	evet
Sütun sayısı	3	1
Kurumsal renklerin kullanımı	evet	evet
Dergi içeriğinin yazıtipi ailesi kullanımı	evet	hayır
Okunurluk	iyi	düşük
Metin hizalama	sol	sol
Dipnot alanı	evet	hayır

3.4 Sayfa Boyutu ve Sayfa Sayısı

Dergilerin boyutları belirli standartlarla sınırlanmış olsa da, derginin kimliğini gösteren boyut pek çok dergide farklı değerlerde tasarlanabilmektedir. Dergi boyutu hesaplanırken, elle tutulan derginin boyutuna genişlik ve yükseklik olarak en az 5mm bleed yani taşma payı bırakılması gerekir. Bu artan alan sayfada kullanılan arkaplan rengi veya görsel ile de doldurulmalı yani dergi sayfasının sınırları bu alan da dahil olarak tasarlanmalıdır. Bu sayede sayfaların kesimi sırasında birkaç milimetrelik kaymalar sonucunda arkaplanda beyaz alanların oluşması engellenmiş olur.

220mmx284mm ebatlarındaki XOXO dergisinin boyutuna +5mm de eklendikten sonra yapılan hesaplama ile forma boyutlarından 640x900 lük formaya sığabileceği görülebilir. Bu ölçü 16 sayfanın sığacağı bir alandır. Yani 1 formadır. Eklenen her 8 sayfa yarım forma olarak adlandırılır. Yani sayfa sayıları 16'nın katları(tam forma) + 8(yarım forma) şeklinde hesaplanır.

Alldesign dergisinin ölçüleri ise 234mmx297mm dir. +5mm de eklendikten sonra forma boyutlarından 700x1000 lik bir formaya sığabileceği tespit edilebilir. XOXO dergisine oranla Alldesign dergisinde fire daha fazladır. Standart ebatlara yakın ölçülerde dergi boyutu kullanmak fire miktarını azaltacaktır.

Tablo 3.3 Sayfa Boyutları İncelemesi

Dergi	Boyut (mm)	Sayfa Sayısı	Forma adeti
Alldesign Yaz 2014	234x297	224 Sayfa	14 Forma
Alldesign İlkbahar 2015	234x297	208 Sayfa	13 Forma
XOXO The Mag Mart 2015	220x284	232 Sayfa	14 Forma + 1 Yarım Forma
XOXO The Mag Haziran 2015	220x284	168 Sayfa	10 Forma + 1 Yarım Forma

3.5 İçerik Sayfaları

İçerik sayfalarında her iki dergide de en fazla alan kaplayan içerik türü röportajlardır. Her iki dergide de, başlıktan ziyade röportaj yapılan kişi ön plana çıkarılmaya çalışılmaktadır. Bu sayfalarda görsel olarak röportaj yapılan kişinin fotoğrafları(özellikle XOXO dergisinde) yada röportaj yapılan kişinin eserleri (özellikle Alldesign dergisinde) kullanılmaktadır.

XOXO dergisinde öğelerin dizilişi olarak; yazar, başlık, özet, hazırlayan bölümü olarak sıralanmıştır.

Alldesign dergisinde öğelerin dizilişi olarak; başlık, yazar, hazırlayan, özet, bölümü olarak sıralanmıştır.



Alldesign İlkbahar 2015

XOXO Şubat 2015

Resim 3.11 Alldesign ve XOXO Dergileri Başlık, Yazar, Credits, Özet Alanları

3.5.1 Başlık

Başlık, izleyicinin dergi sayfalarında gezinirken ilk dikkatini çeken unsurlardan biridir. Başlıklar genelde sayfada tipografik olarak en büyük objeler olmaktadır.

XOXO dergisinde aslında başlık denilebilecek konunun ise bir alt satırda ve ikinci planda yer alması diğer dergilerde pek rastlanan bir yöntem değildir. Başlık bölümünde yazı tipi olarak Serifli, ince, kadınsı ve italik bir

yazıtipi kullanılmıştır. Yazıtipi boyutu Yazar/konuk bölümü hariç, diğer sayfa bileşenlerinden büyük olmasıyla ön plana çıkmaktadır.

Alldesign dergisinde başlık alanında; tamamı büyük harflerden oluşan, serifsiz, ince harf aralıkları artırılmış bir yazı tipi kullanılmıştır. Sayfadaki en büyük metinsel öğedir. Genelde en az 3 satır olarak sayfanın üst kısmında yer almaktadır. Yazar/Konuk alanı koyu bir yazıtipi ile yazılmış olmasa tartışmasız ilk dikkat çeken unsur olacaktır. (Bkz. Resim 3.11)

Tablo 3.4 Başlık Alanı İncelemesi

İnceleme Kriteri	Alldesign İstanbul	XOXO The Mag
serifli / serifsiz	serifsiz	serifli
BÜYÜK HARF / Küçük Harf	BÜYÜK	Küçük
regular / bold / italik	regular	italik
Renk	değişken	siyah
Harf aralığı standart / artırılmış	artırılmış	standart
Satır sayısı	>2	1
Satır aralığı artırılmış / azaltılmış / standart	artırılmış	-
Hizalama sol / orta / sağ / iki yana	orta / sol	orta
Hiyerarşi (diğer metinlere göre boyut, ön plan olarak sıralamadaki yeri)	1	2
Okunurluk	iyi	iyi

3.5.2 Yazar ve Hazırlayan

Yazar alanı genelde, yazıyı yazan, fotoğraflayan kişilerin isimlerinden oluşur. Ancak incelediğimiz her iki dergide de, röportaj yapılan konuk edilen kişilerin adları bir yazar alanı konumlandırmasında yer almış, röportajı yapan ve fotoğraflayan hazırlayan(credits) alanı olarak nitelendirilebilecek başka bir alana konumlandırılmıştır.

XOXO dergisinde karşımıza çıkan yazar bölümü başlığında üzerinde ve daha ön planda konumlanmış olan konuk adıdır. Konuk adı koyu bir font ile, Serifsiz biçimde yer almıştır. Kalın, büyük harfle de pekiştirilmiş, kaba, erkeksi

bir hava katan bir başlık biçimi tercih edilmiştir. Başlık ve Yazar alanları birbirini ile zıt bir biçimde oluşturulmuştur.

Tablo 3.5 Yazar Alanı İncelemesi

İnceleme Kriteri	Alldesign İstanbul	XOXO The Mag
serifli / serifsiz	serifsiz	serifsiz
BÜYÜK HARF / Küçük Harf	Küçük	BÜYÜK
regular / bold / italik	bold	bold
Renk	değişken	siyah
Harf aralığı standart / artırılmış / azaltılmış	azaltılmış	standart
Hizalama sol / orta / sağ / iki yana	orta	orta
Hiyerarşi (diğer metinlere göre boyut, ön plan olarak sıralamadaki yeri)	2	1
Okunurluk	iyi	iyi

Zıtlıklar kullanarak alt alta yer alan bu iki alan birbirinden tamamen farklı algılanır hale gelmiştir. Ama ilk algılanan konuk/yazar alanıdır. Zira yazar alanı sayfanın geri kalanındaki tüm metin öğelerden farklı olarak serifsiz, kalın ve sayfadaki en büyük metinsel alan olarak biçimlendirilmiştir.

Röportajı yapan kişinin isminin yer aldığı bölümü de hazırlayan(credits) bölümü olarak isimlendirerek değerlendirebiliriz. Sayfadaki en küçük yazıtipi boyutlu öğedir(görsel açıklaması alanı ile birlikte). XOXO dergisinde hazırlayan bölümü olan röportajı yapan ve fotoğraflayan kişilerin görev ve isimleri başlık ve intro/özet metin ile aynı yazıtipinde ama özetten 2-3 punto daha küçük ve sayfaya ortalanmış olarak yerleştirilmiştir.

Alldesign dergisinde ilk yazar alanı olarak konumlandırılan kısımda XOXO da olduğu gibi röportaj yapılan kişi / konuk yer almaktadır. Yazıtipi olarak serifsiz, kalın bir yazıtipi seçilmiştir. Yazıtipi boyutu başlıktan daha küçük olmasına rağmen kalın bir yazıtipi olması nedeniyle zaman zaman başlıktan daha önce algılanabilmektedir. Başlık ve özet metne çok yakın konumlanmamış arada boşluklarla bu alanlar birbirinden ayrılmıştır. Yazar

alanı zemin rengindeki değişime bağlı olarak bazı sayfalarda farklı renkte kullanılmıştır.

Hazırlayan(credits) alanı; yazar alanının hemen altında yer almaktadır. Yazıtipi yazar alanından farklı olmakla beraber yine serifsizdir. İtalik olarak kullanılan bu alan, sayfadaki gövde metni ile aynı boyuttur.

Tablo 3.6 Hazırlayan(Credits) Alanı İncelemesi

İnceleme Kriteri	Alldesign İstanbul	XOXO The Mag
serifli / serifsiz	serifsiz	serifli
BÜYÜK HARF / Küçük Harf	Küçük	küçük
regular / bold / italik	italik	regular + italik
Renk	değişken	siyah
Harf aralığı standart / artırılmış / azaltılmış	azaltılmış	standart
Hizalama sol / orta / sağ / iki yana	orta	orta
Hiyerarşi (diğer metinlere göre boyut, ön plan olarak sıralamadaki yeri)	4	4
Okunurluk	iyi	düşük

Yazar alanları genel olarak değerlendirildiğinde iki dergide de konuk edilen kişinin adı olabildiğince ön plana çıkarılmaya çalışılmış hatta bazen konudan da önce algılanır olarak tasarlanmıştır. Dergilerin geneline bakıldığında bu farklı bir durumdur. Hazırlayan alanı olarak tanımladığımız alan ise, son derece gözden ve algılanmadan uzak, sayfadaki en küçük yazı boyutlarıyla tasarlanmıştır.

3.5.3 Intro / Özet Metin

Başlık hakkında daha detaylı bilgi sağlayan genelde 2-3 satırdan oluşan intro alanları dergilerde çoğunlukla kullanılan öğelerdendir. Intro alanı başlık ile gövde metin arasında köprü vazifesi görür. Başlıkla okuyucunun dikkati çekildikten sonra makalenin geri kalanından ne beklediğimiz açıklayan kısım olarak intro alanını okuruz.

XOXO dergisinde intro/özet metin alanı Yazar ve Başlık alanlarının hemen altında yer almaktadır. Metin hizalaması olarak sola hizalama tercih edilmiştir. Yazıtipi, gövde metnindeki yazıtipine benzeyen ama italik olarak kullanılmış ve gövde metninden bile küçük boyutta tercih edilmiştir. Bu da Intro/Özet metin alanının temel gayesinden uzak bir tercihtir. Çok küçük, serifli ve italik olan bu bölüm okuru adete okumamaya yöneltmektedir. Başlık ve Yazar alanlarını ön plana çıkarma gayretiyle böyle bir tercih yapılmış olması bu alanın geri planda kalmasına neden olmuştur.

Başlık ve gövde metni arasında köprü oluşturacak ve makale hakkında okuru bilgilendirecek bu alan okurun gözünde sayfada yokmuş gibi algılanmakta ve dikkat çekmemektedir.

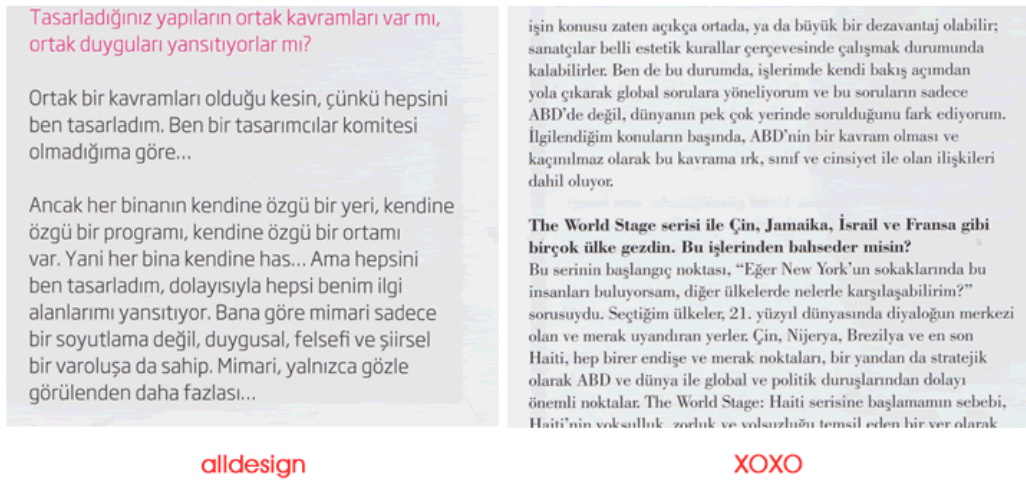
Tablo 3.7 Intro / Özet Metin Alanı İncelemesi

İnceleme Kriteri	Alldesign İstanbul	XOXO The Mag
serifli / serifsiz	serifsiz	serifli
BÜYÜK HARF / Küçük Harf	Küçük	Küçük
regular / bold / italik	regular	italik
Renk	değişken	siyah
Harf aralığı standart / artırılmış / azaltılmış	standart	standart
Hizalama sol / orta / sağ / iki yana	iki yana	sol
Hiyerarşi (diğer metinlere göre boyut, ön plan olarak sıralamadaki yeri)	3	3
Paragraf girintisi	yok	yok
Okunurluk	iyi	düşük

Alldesign dergisinde intro/özet metin alanı Başlık ve Yazar alanlarının altında yer almaktadır. Metin hizalaması olarak iki yana hizalama tercih edilmiştir. Yazıtipi, gövde metnindeki ile aynıdır. Gövde metninden 3-4 punto daha büyük boyut kullanılmıştır. Öncesinde ve sonrasında boşluklar kullanarak gövde metninden ve üstteki başlık bölümlerinden ayrı bir alan olarak göze çarpmaktadır. Bazı sayfalarda tamamı büyük harf olarak kullanıldığı örnekler de vardır. Ancak tamamının büyük harf olması bu 3-4 satırlık özet metninin okunmasını güçleştirmektedir.

3.5.4 Gövde Metni ve Alt Başlık

Dergide alan olarak en fazla yer kaplayan, birincil içeriğin bulunduğu bölümdür. Gözü yormamak için uzun paragraflardan ve çok sayıda yazıtipinden kaçınılmalıdır. En iyi okunabilirlik, beyaz zemin üzerine siyah metin alanıdır. Koyu alanların üzerine açık renkle yazmak genelde tercih edilmez sadece makale ve yazılarda belirli sayfaların tasarımında zemindeki görsel ve renkle bütünlük sağlamak için başvurulmuş bir yoldur. Gövde metin boyutu için ideal boyut 10punto olarak belirtilmektedir. Tüm dergi boyunca diğer sayfa bileşenleri özelliklerinde değişim gösterebilseler de gövde metni hep aynı olmalıdır.



Resim 3.12 Alldesign ve XOXO Dergileri Gövde Metni ve Alt Başlık Alanları

Derginin marka kimliğini de yansıtan unsurlardan biri olan gövde metni okunabilirlik ve kullanılabilirlik konularında da son derece öneme sahiptir. Sadece metin olarak değil etrafındaki boşluklar, sütun sayıları gibi unsurlarda son derece önemlidir.

XOXO dergisinde gövde metninde, derginin tüm sayfalarında istisnasız şekilde beyaz zemin üzerine siyah yazı tercih edilmiştir. Gövde metni çift sütuna yerleşik olarak serifli bir yazıtipi ile 7.5 punto boyutunda belirlenmiştir. Yazının bu kadar küçük boyutlu tercih edilmesinin nedeni, içerik metninin fazla olmasından kaynaklıdır. Metinler sola hizalı olarak tercih edilmiştir. İki yana hizalı metne göre sola hizalı metin, bu dergideki gibi küçük yazıtipi

kullanılan tasarımlarda okunurluğu biraz olsun artırmaya yönelik kullanılan bir yöntemdir.

Alt başlık olarak nitelendirebileceğimiz, her paragrafın başındaki soru cümleleri gövde metni ile aynı yazıtipinde fakat 1 punto daha büyük ve koyu olarak belirlenmiştir. Bu sayede okunurluk artırılmaya çalışılmıştır.

Ayrıca paragraflar arasında boşlukla beraber bir başka ayırıcı unsur olmuştur. Yazıdaki sorulara vurgu yapılarak, okurun sadece soruları okuyarak ilgisini uyandıran bölüme odaklanmasını da kolaylaştırmıştır.

Alldesign dergisinde gövde metninde, genelde beyaz zemin üzerine siyah yazı kullanılmaktadır. Bununla beraber kimi makalelerde/röportajlarda ilk sayfada sayfanın tüm zeminin kaplayan arkaplan resmi ve onunla uyumlu arkaplan fotoğrafı kullanılan tasarımlarda zemin koyu renk, yazı ise beyaz renk olarak kullanılabilir.

Gövde metni 3 sütuna yerleşik olarak serifsiz bir yazıtipi ile 9 punto boyutunda belirlenmiştir. Okunurluk açısından yeterli düzeydedir. Metinler sola hizalı olarak tercih edilmiştir. Soru cümlesi olarak kullanılan alt başlık alanlarında tasarımsal olarak gövde metninden farklı tek unsur renktir. Alt başlıklar derginin logo renki olan mor renkte yapılmıştır.

Tablo 3.8 Gövde Metni İncelemesi

İnceleme Kriteri	Alldesign İstanbul	XOXO The Mag
serifli / serifsiz	serifsiz	serifli
yazıtipi boyutu	9pt	7,5pt
regular / bold / italik	regular	regular
Renk	siyah	siyah
Harf aralığı standart / artırılmış	standart	standart
Satır aralığı artırılmış / azaltılmış / standart	artırılmış	artırılmış
Hizalama sol / orta / sağ / iki yana	sol	sol
Alt başlık biçimlendirme	renkli	bold
Paragraf girintisi	yok	yok
Okunurluk	iyi	düşük

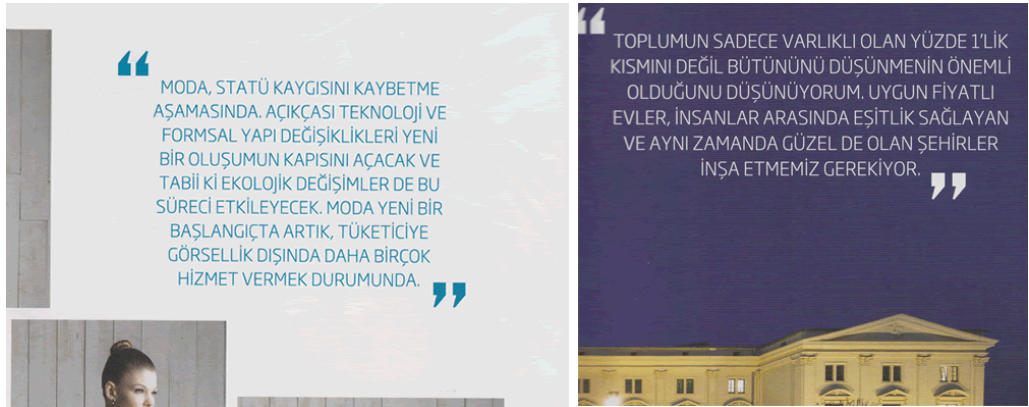
Bazı makale sayfalarında ve haber sayfalarında ise bölüm başlığı olarak nitelendirilebilecek, yazıyı bölümlere ayıran başlıklarda kullanılmıştır. Bu bölüm başlıkları gövde metni ile aynı yazıtipinde ama koyu ve italik biçimde 1 punto daha büyük boyutta tanımlanmıştır.

Gövde metinleri ve alt başlıklar olarak karşılaştırıldığında, XOXO dergisi çok küçük yazıtipi boyutu kullanması nedeniyle okunurluk problemleri yaşarken, Alldesign dergisi gözü yormayacak nitelikte serifsiz ve daha büyük bir yazıtipi boyutu kullanmış, okunurluk olarak daha iyi bir sonuç elde etmiştir. Yazıların 2 yada 3 sütuna yerleşmeleri de iki dergi arasındaki önemli farklardandır.

3.5.5 Çekici alıntılar(Pull Quotes)

Dergi içerisindeki yazıya ait en ilginç metin parçalarının alınıp dışarı çekilerek vurgulu olarak tasarımda kullanılmasıdır. İlgili sayfalardaki konuya dikkat çekmek, hikayenin içine okuru çağırarak için ideal bir kullanımdır. Genelde başlıktan küçük ama diğer öğelerin çoğundan büyük yazıtipi boyutlarında, tırnak içerisinde, dörtgen bir formda yer alırlar.

Dergilerin neredeyse tamamı, yukarıdaki faydalardan dolayı bu metin alanını kullanmaktadırlar. XOXO dergisi çekici alıntılar kullanmamıştır.



Resim 3.13 Alldesign Dergisi Çekici Alıntı Kullanımı (Boşlukta, Görsel Üzerinde)

Alldesign dergisi ise, tüm makalelerinde kimi zaman birden fazla, kimi zaman büyük görsellerin üzerinde de olacak şekilde çekici alıntılarını kullanmıştır (Resim 3.13). Bu metin alanını dergideki yazıların tümünden

farklı renkte, abartılı boyuttaki tırnakların arasında, büyük harf kullanan serifli bir yazıtipi biçimlendirmesi ile tanımlamışlardır. Büyük tırnaklar zaten vurguyu gerçekleştirirken metnin tamamının büyük harfle yazılması çok gerekli bir yöntem değildir. Zira okunurluk hayli güçleşmektedir.

Derginin içerisindeki dikkat çekici metinlerin yanısıra, röportaja konu olan kişilerin sözleri de bu formatta dergi sayfalarında yer almıştır. Çekici alıntılar adı üzerinde, dergi tasarımında sayfaya renk katmakta ve okuru makaleye çağırmaktadır.

3.5.6 Görsel

Fotoğraf, grafik, illüstrasyon gibi öğeler bir derginin görsel unsurlarıdır. Görsellerin diğer tasarım elemanları ile oluşturacakları bütünlük ve yerleşim önemlidir. Zira dikkatli yapılandırılmayan, fazla sayıda, renk ve bütünlükten yoksun bir görsel yerleşimi derginin okunurluğunu da bozacaktır.

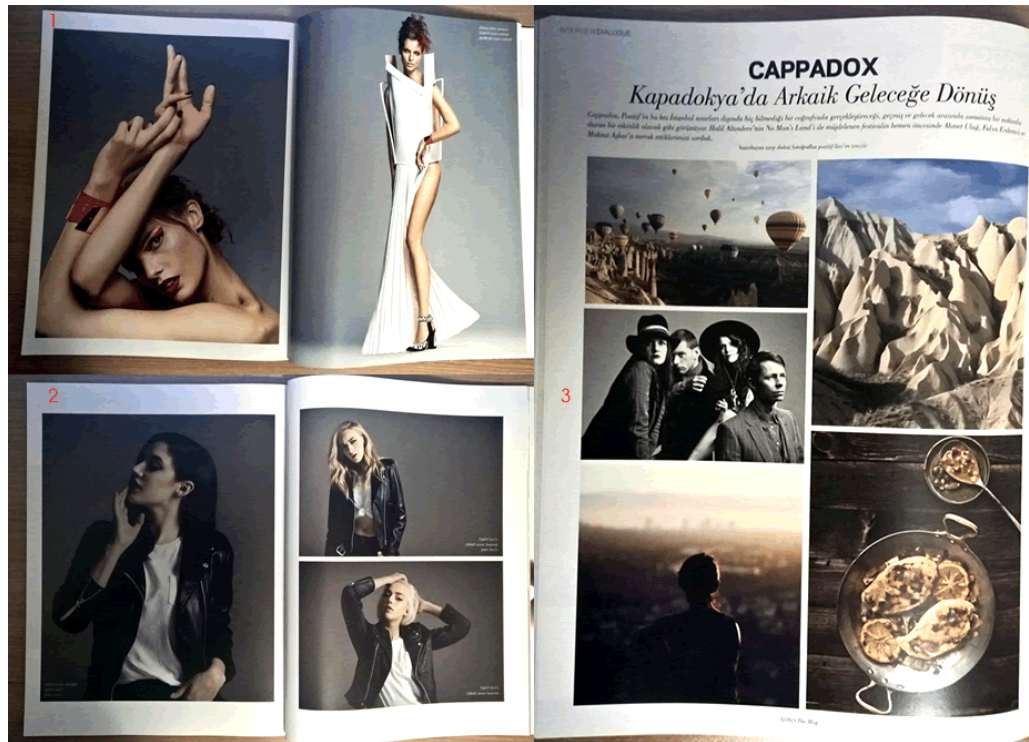
XOXO dergisinde makalenin ilk sayfasında standart olarak kenar boşluklarını genelde ihlal etmeyecek şekilde büyük boy bir görsel, başlık yazar, intro metninin hemen altında yer almaktadır. Diğer sayfalarda ise yine kenar boşluklarını genelde ihlal etmeyen, gutter boşluk değerlerini de genellikle gözeterek yarım sayfaya yakın alan kaplayacak şekilde 1 yada 2 görsel kullanılmaktadır.

Makaleler hep sol sayfada başlamakta, haliyle sol sayfa ile sağ sayfada iki görsel karşılaşmaktadır. Bu iki görsel öğe genelde renk ve içerik olarak uyumlu görsellerden seçilmektedir. Bazen sol sayfada siyah beyaz resim kullanılmışsa, sağ sayfada renkli resim kullanarak yada tersi bir uygulama ile bir zıtlık oluşturarak yine bütünlük ve hiyerarşi korunmaya çalışılmıştır. (Bkz. Resim 3.14)

Makaleler dışında fotoğraflardan oluşan galeri sayfalarında ise, tekdüzeliği engellemek için sol sayfada kenar boşluklarını dikkate almadan kağıdın tümünü kaplayan bir görsel kullanılmışsa, sağ sayfada kenarlıkların sınırları içerisinde görsel yerleşimi kullanılmıştır. (Bkz Resim 3.15)



Resim 3.14 XOXO Dergisi Röportaj Sayfaları



Resim 3.15 XOXO Dergisi Görsel Kullanımı. 1-Kenar Boşluklu – Boşluksuz 2-Büyük-Küçük Görsel Kullanımı 3-Gutter Değerlerine Bağlı Kalarak Boşluk ve Çok Görsel Kullanımı

Kimi zaman sol sayfada büyük bir görsel kullanıldıysa sağ sayfada oran olarak çok küçük görseller kullanılarak tekdüzelikten uzaklaşmaya çalışılmıştır.

Görsellerin sayfada metinler ve boşluklara göre oranlarına bakıldığında ise, yaklaşık olarak yarı yarıya bir oran korunmaya çalışılmıştır. (Bkz Resim 3.15)

XOXO dergisinde küçük yazı boyutu kullanıldığı için normalden fazla miktarda metin yer almaktadır. Bunu dengelemek için görsellere başvurulsa da kimi sayfalarda görsel eksikliğinden gri ve beyaz lekelerin hakimiyeti vardır. Bu da okur üzerinde olumsuz etki oluşturmaktadır. Bu sorun aynı makale içinde çoğu zaman çözülememekte, ancak ileri sayfalarda sırf fotoğraflardan oluşan galeri sayfaları ile okurun dikkati geri kazanılmaya çalışılmaktadır.

Alldesign dergisinde, sayfalarda 3 sütunlu yapı kullanıldığı ve sayfa boyutu daha büyük olduğu için, daha fazla görsele yer verilebilmiştir. Makalelerin, röportajların giriş sayfalarında sayfanın birinde büyük görsel kullanılırken, görselin arkaplanına bağlı olarak yandaki diğer sayfada benzer renkte arkaplan rengi ile tasarlanmakta, yada 2 sayfayı da kaplayan bir arkaplan görseli kullanılmaktadır. (Bkz. Resim 3.16)



Alldesign İkbahar 2015

Resim 3.16 Alldesign Dergisi Makale Başlangıç Sayfaları

Vurgulanmak istenilen görselin çok büyük kullanılarak, yan sayfaya yayılması (spread) da sık başvurulan yöntemlerdendir. Birden fazla görsel kullanılan sayfalarda görseller arasındaki boşluk kimi zaman gutter değeri ile uyumlu iken, kimi zaman tasarımcının tercihiyle daha küçük değerlerde de kullanılmıştır. (Bkz Resim 3.17)

Alldesign dergisinde, bir tasarım dergisi olmasından kaynaklı olarak, görsellerin kullanımı çoğu zaman metinler ve boşluklardan daha fazla alan kaplamaktadır. Yani genelde siyah leke değerleri beyaz ve gri leke değerlerinin toplamından fazla olmaktadır.



Resim 3.17 Alldesign Dergisi Görsel Kullanımı. 1-Yan Sayfaya Yayılma(spread). 2 ve 3 Gutter Değerinde Boşluk Kullanarak Çok Görsel Yerleştirme

Büyük görseller kullanılırken çoğunlukla sayfanın sınırlarına uyulmakta, kenar boşlukları beyaz olarak bırakılmaktadır. Ancak yaklaşık %30 luk bir oranda ise, kenarlıkları da kaplayacak şekilde tüm sayfa sınırlarını aşip kağıdın boyutunca ölçüde yerleştirilen görsellerde bulunmaktadır. Tasarımda sıradanlığı ortadan kaldırma çözümü olarak özellikle makalelerin ilk iki sayfasında bu yola başvurulması görseli ön plana çıkaran iyi bir çözüm olarak görülmektedir.

3.5.7 Görsel Açıklaması(Image Caption)

XOXO dergisinde görsellerde sık sık açıklamalara rastlanmaktadır. Ancak görsel açıklamaları gövde metninden de düşük yazıtipi boyutunda

(6punto) Serifli ve görsel sol yada sağında dikey olarak yer almaktadır. Okunurluğun son derece düşük olduğu, okumak için fazladan çaba gerektiren bu yöntem okurun bu görsel açıklamalarını hiç okumamasına sebep olmaktadır (Resim 3.18).



Resim 3.18 Görsel Açıklama Metni. Solda Alldesign, Sağda XOXO

Alldesign dergisinde genellikle görsellerde bir açıklama metni alanı kullanılmamıştır. Nadiren kullanılan görsel açıklamaları ise, görselin sağ alt tarafında zemin rengine göre beyaz veya siyah olarak, gövde metni ile aynı yazıtipi biçimlendirmelerinde fakat italik biçimde yer almaktadır. Zaman zaman zemin renginden dolayı okunurluk sorunları ortaya çıkmaktadır.

Alldesign dergisinde bazı görsellerde açıklama metni görselin altında beyaz boşlukta sağa hizalı olarak yer almaktadır. Eğer metin uzun ise bu yol tercih edilmektedir.

3.5.8 Bölüm Başlığı

Xoxo dergisinde folyo öğelerinin ilki sol üstte yer alan bölüm adıdır. Bölüm adı ve alt başlığı grinin iki tonu ile büyük harf olarak yazılmıştır. Son derece ince bir font ve gri renkten dolayı gözü rahatsız etmeyecek şekilde görevini yerine getirmektedir. (Bkz. Resim 3.19)



Resim 3.19 Bölüm Başlığı. Solda Alldesign, Sağda XOXO Dergisi

Alldesign dergisinde folyo öğeleri sol sayfada en üstte kendi renginde alldesign yazısı, yanında kare imgesi, onun da yanında bölüm adı yer alır. XOXO nun tersine, son derece dikkat çekici ve belirgin şekilde serifsiz yazı tipleri ile biçimlendirilmiştir.

3.5.9 Folyo

Sayfa numarası başta olmak üzere, yayın adı, logosu, tarih, ay, bölüm, başlık v.b. bilgiler içeren sayfanın altındaki bölüme verilen addır.

Xoxo dergisinde sadece çift sayfa numaraları sağ sayfada yer almaktadır. Sol sayfada sayfa numarası alanında derginin adı yer almaktadır. Bu iki alan da serifli bir yazı tipi ile ortalanmış olarak sayfanın altında, kenarlık boşluklarının bulunduğu alanda yer alırlar.

Alldesign dergisinde iki sayfanın sol ve sağ altında, kenarlık boşluklarının bulunduğu alanda sayfanın dış kenarlarına yakın olarak sayfa numarası, ayraç olarak | işareti ve derginin ismi ile sayısı yer alır. Yine serifsiz yazı tipi kullanılmıştır. Alldesign yazısı yine kendi rengindedir.

Alldesign dergisi XOXO ya oranla tasarımın bir parçası olarak folyo alanlarını tasarlamıştır. XOXO ise sadece bilgi vermeyi ve geri planda kalmayı tercih etmiştir. (Bkz. Resim 3.20)



Resim 3.20 Folyo Kullanımı. 1-XOXO Sol Sayfa 2-XOXO Sağ Sayfa 3-Alldesign Sol Sayfa 4-Alldesign Sağ Sayfa.

3.6 Gridler / Izgaralar

Metinsel, görsel tüm malzemeleri belirli bir mantıksal yapıda inşa etmek için ızgaralar kullanılır. Izgara, tasarımın özgürlüğüne engel olmadan tasarımı kolaylaştırıcı yapıda tasarlanmalıdır. Esas amaç öğelerin belirli bir mantığa göre kolayca sayfalara yerleşimini sağlamaktır.

XOXO dergisinin ızgara yerleşimini incelediğimizde 2 sütunlu bir içerik kullanıldığı için, her sütun 3 alt sütunun birleşiminden meydana gelecek şekilde toplamda 6 sütunluk bir ızgara sistemi kullanıldığı görülmektedir. Gutter değerleri 4 pikseldir. Yatay olarakta ızgara sistemi 9 dörtgen alana bölünmüştür. Kenar boşluk değerleri de dikkate alınarak ızgaranın sınırları belirlenmiştir. (Bkz. Resim 3.21)

Derginin içerik yerleşiminde genel olarak bu ızgara sistemine riayet edildiği görülmektedir. Zaman zaman tüm grid sistemini sayfa olarak yukarı yada aşağı kaydırma, grid sistemi sınırlarının dışına görsel yerleştirme, gutter değerini dikkate almayadan görseller arası boşluk kullanma, ızgara sisteminde belirlenen 6x9 bölümlendirme ölçülerindeki kutu sisteminin sınırları dışında yerleşim kullanma gibi yollara başvurulduğu da gözlemlenmektedir. XOXO dergisi tasarım yapısı itibari ile, tüm sayfalarında ızgara sistemine tam riayet edilmiş olsaydı tasarım tutarlılığı tam olarak gerçekleşmiş olacaktı fakat çok tekdüze bir tasarım söz konusu olabilirdi. Bu yüzden tasarımcılar çoğu zaman kasıtlı olarak, zaman zamanda zorunluluklardan ızgaranın çizdiği sınırları ve kuralları çiğnemişlerdir.

Alldesign dergisi ızgara yerleşiminde 3 sütunlu bir içerik alanı kullanmaktadır. Bu da 9 sütun, 9 satırdan oluşan, gutter değeri 5 piksel olan bir sisteme karşılık gelmektedir. Alldesign dergisi özellikle son sayılarında ızgara sisteminin sınırlarına büyük ölçüde riayet etmektedir. (Bkz 3.22)

Sayfalardaki tekdüzeliği engellemek için ise, makalenin ilk iki sayfasını arkaplanda büyük görsel kullanarak ve genelde gövde metni koymadan tasarlamaktadır.



Resim 3.21 XOXO Dergisi 6 Sütun Grid/Izgara Yerleşimi



Resim 3.22 Alldesign Dergisi 9 Sütun Grid/Izgara Yerleşimi

Diğer sayfalarda ise büyük görsellerin diğer sayfaya taşması (spread) yöntemi kullanılmakta, kimi zaman metin 3 sütundan tek sütuna düşebilmekte ve geri kalan sütunları görsel kaplamaktadır.

3.7 Kenar boşlukları

Her iki dergi tasarımında da asimetrik bir yerleşim ve kenar boşlukları söz konusudur. XOXO dergisi sayfaların ciltleme alınına denk gelen iç boşluk bölümünde dış kenarlara oranla daha fazla boşluğa yer vermiştir. (Bkz Resim 3.23, Resim 3.24).

Tablo 3.9 İki Derginin Kenar Boşlukları

Alan	Alldesign İstanbul	XOXO The Mag
Sol – Sağ (Dış) Boşluk	18mm*	15mm
İç Boşluk	15mm	20mm
Üst Boşluk	20mm	15mm
Alt Boşluk	15mm	14mm**
Gutter	5mm	4mm
<i>* 20mm olarak tahmin edilmektedir. Kesim işlemi sırasında 2mm kayıp olduğu düşünülmektedir.</i>		
<i>* 15mm olarak tahmin edilmektedir.</i>		

Alldesign'da bu değer az, dış boşluklar ise 5 piksel daha fazladır. Kenar boşlukları genelde büyük boy görsel kullanıldığında ihlal edilmektedir. Bunun dışında kenar boşlukları alanlarında standart olarak folyo öğeleri iki dergide de vardır. Kenar boşluklarının bu değerlerde kullanılması, beyaz alanların artmasını ve içeriğin adeta bir paspartu gibi çevrenmesini ve tasarımın nefes almasını sağlamaktadır. (Bkz. Resim 3.25)

Alldesign dergisinde iç kenar boşlukları 5 piksel kadar fazla verilirse, sağ sayfalardaki okunurluğun artırılmasını kolaylaştırabilir. Derginin boyutunun büyük olması ve sayfa sayısının fazlalığı da kenar boşluklarının belirlenmesinde etken özelliklerdir.



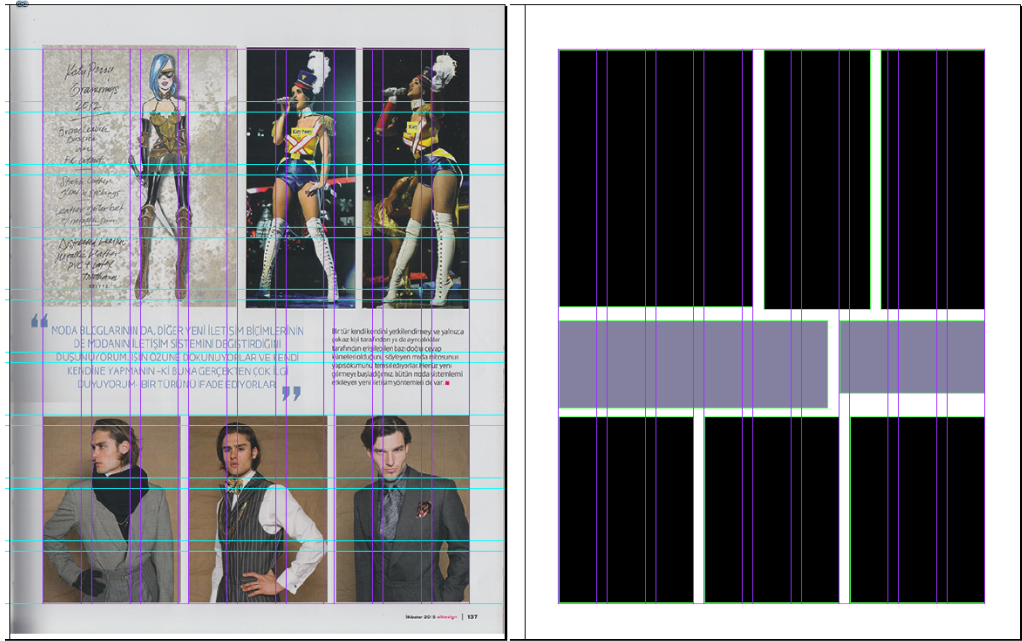
Alldesign İlkbahar 2015

Resim 3.23 Alldesign Dergisi Kenar Boşlukları



XOXO The Mag Haziran 2015

Resim 3.24 XOXO The Mag Dergisi Kenar Boşlukları



Resim 3.25 Alldesign Dergisi Beyaz – Gri – Siyah Alanlar

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dergilerin süreli yayınlar olması, içerik çeşitliliği ve fazlalığı, çalışan azlığı gibi sebepler tasarım süreçlerinde hızlı hareket etmeyi gerektirmekte, bunun sonucu olarak da zaman zaman tasarım prensiplerinin dışına çıkılarak, tasarımsal ve sanatsal kaygılardan uzaklaşıp ticari bir mantıkla yapılan sayfalarla karşılaşmamıza sebep olmaktadır.

Derginin boyutu ve kullanılan kağıt kalitesi de okurun satın almasında bir tercih nedeni olmaktadır. Çok ince kağıt kullanmaktan kaçınılmalıdır, arka sayfanın içeriğinin ön sayfada gölge olarak belirmesi okuru son derece rahatsız etmektedir. Çok kalın kağıt kullanmakta derginin taşınabilirliğini, sayfaları çevirme kolaylığını yok etmekte, gereksiz maliyet artışına da neden olmaktadır. Derginin sayfa sayısı da dikkatle hesaplanmalıdır. Birçok dergi, gelen reklam sayısına göre içerik sayfalarında eksiltme yapmakta, toplam sayfayı sabit tutmaya çalışmaktadır. Maliyet açısından iyi bir çözüm gibi görünse de okur bundan memnun olmayacaktır. Bunun yerine derginin toplam sayfa sayısı dinamik olmalı, reklam sayısındaki artışa bağlı olarak yarım forma yada tam forma artışlara gidilmelidir. Bir yada iki sayfa ile yeni formaya geçiş yapılması gerektiği durumlarda maliyeti azaltmak için okurun dikkatini çekmeyecek şekilde, içindekiler sayfasında azaltma, makalelerde kısaltma yapma gibi yöntemler denenebilir.

Kapak, derginin okur ile ilk karşılaştığı yeridir. Okurun dergiyi alıp almamasını dahi etkiler. Kapak tasarımında ana hatlarıyla da olsa bir ızgara sistemine sahip olunmalı, tekdüze sabit yerleşim yerine, kullanılan kapak görseline göre, mesajı direkt veren kısa başlıklar dinamik olarak kapağa yerleştirilmelidir. Kapaktaki metinler okura derginin içinde neler olduğu ile ilgili bilgiler vermelidir. İki derginin kapak sayfaları incelendiğinde yukarıda belirtilen hususları büyük ölçüde Alldesign dergisinin gerçekleştirdiği görülmektedir.

Sayfa öğelerine genel olarak bakıldığında, iki dergide de az sayıda yazıtipi kullanılarak tasarım yapılmaya çalışılmıştır. XOXO dergisi ağırlıklı serifli yazıtiplerini tercih ederken, Alldesign dergisi ise serifsiz yazıtiplerini kullanmıştır. Kullanılan yazıtipi aileleri derginin kimliğini belirlemede önemli oranda etkili olmaktadır. Hangi yazıtipi ailesi seçileceği bir kimlik meselesi olması dışında aynı zamanda da okurun yazılanları kolayca okuyup okuyamayacağı ile de yakından ilgilidir.

New York Magazine dergisinin tasarım yönetmeni Luke Hayman derginin tasarımını tamamen değiştirmesi gerektiğinde “Tasarımda karşılaşılan zorluklardan biri, şehir dergisinde yer alan pek çok hizmet tabanlı malzemenin yanısıra, yeni yayın ekibinin çok sayıdaki fikrini sığdıracak kadar yerin nasıl yaratılacağıydı.” demiş ve çözüm olarak yazı işleri müdürü Adam Moss’un: “Yazıyı küçültün, buraya daha fazla şey sığdırmamız gerekiyor.” dediğini yazmıştı. Daha fazla içerik sığdırabilmek için yazıtipi boyutlarını küçültmek yada görsel sayılarını yok denecek kadar azaltmak yada görselleri aşırı küçültmek yanlış bir yöntemdir. Okurun ilgisini ve okunurluğu son derece zayıflatıcı çözümlerdir. Metin boyutu, görseller ve boşluklar arasındaki denge dikkat edilmesi gerekenlerin başında gelir.

Bir başka etken ise sütunlardır. XOXO 2 sütuna içerik yerleştirirken Alldesign 3 sütunlu bir tasarım kullanmıştır. Tek sütunlu dergi tasarımı olmaz. Sütun sayısı 4 olduğunda ise okunurluk ciddi şekilde düşecektir.

Dergi sayfalarında ilgi çekici unsurların başında görseller gelir. Kapaktan son sayfaya kadar dergide ilgiyi de taze tutmayı başlıklarla birlikte görseller sağlar. Görsellerin karşılıklı sayfalarda uyumu, yerleşimde belirli bir düzen izlemeleri, bütünlük, zıtlık gibi tasarımı etkileyen unsurlara dikkat edilerek yerleştirilmesi gerekir. Görsel aralarındaki boşluk olarak örneğin gutter değeri kullanılabilir. Çok fotoğraf var ve gutter değeri büyük geliyor ise, görseller eşit aralıkta boşluk olacak şekilde yerleştirilebilir. Görselleri sürekli tek tip bir düzende yerleştirmek görselin etkisini yitirmesine ve derginin sıkıcı hale gelmesine sebep olur. Bu yüzden tasarımda küçük değişiklikler yapılmalı, özellikle karşılıklı sayfalarda; sayfanın tamamını kaplama, karşı sayfada ise

kenarlık boşluklarını bırakma, büyük görsel kullanıldıysa karşı sayfada küçük görsel/görseller kullanma, makalenin niteliğine göre zaman zaman farklı yerleşimlerde görselleri yerleştirme, sayfanın birindeki görsel renkli iken diğerini siyah beyaz görsel kullanma gibi farklı çözümler denenebilir. Tasarımcı görselleri belirli diziliş normlarına göre yerleştirmiş olması yeterli olmayacaktır. Görseller arasındaki renk ve konu bütünlüğü ve vurguya da dikkat etmek gerekir.

Görsellerin açıklama metinleri yanlarına dikey olarak yazılmak yerine, (çok kısa da değilse) mutlaka görselin sağ altındaki beyaz alana yerleştirilmelidir. Çok kısa açıklama metinleri görselin üzerine de yazılabilir, ancak okunurluk burada metnin arkaplanını oluşturan görselinin renklerine bağlıdır.

Izgaralar dergi tasarımını kolaylaştıran, aynı zamanda dergi bütünlüğünü sağlayan ve dergideki tasarım karmaşasına engel olan yapılardır. Günümüzde tasarım programlarında ızgara ve sayfa bileşeni alanların yerleri sabit olarak bir şablonda tanımlanıp, ayrı bir uygulamadan metin ve görsellerin otomatik yerleştirildiği çözümler de mevcuttur. Dergide mutlaka ızgara kullanılmalıdır. Fakat her sayfada ızgara sistemine ve sayfanın tasarım öğelerinin yerleşimine sürekli bağlı kalmak, sayfaların birbirinden ayırt edilmez ve okurun gözünde sıradan, sıkıcı olarak algılanmasına da sebep olabilir. Izgara sistemi ve sayfa öğelerinin ızgara yerleşimine büyük ölçüde özen gösterip, arada bir çeşitli küçük farklılıklar ile sıradanlığın da önüne geçilmelidir. Böylece okurun ilgisi canlı tutulabilir. Tamamen ızgarasız, yada ızgaranın belirlediği sınırların daima dışına çıkarak, sayfa öğelerinin yerleşim yerlerine ve tasarım şekillerini sürekli değiştirerek kullanmak, derginin tamamındaki beklenen bütünlük olgusunu devre dışı bırakır. Karışık, düzensiz ve amatör bir tasarım hissi uyandırır. Dergi tasarımında en azından aynı bölüm ve kategorilerdeki tasarım bütünlüğü korunmalıdır. Örneğin röportaj sayfaları genelde aynı tasarımı kullanmalı, dinamizm sağlamak adına çok küçük, dikkat çekmeyecek değişiklikler uygulanmalıdır.

Dergi tasarımında boşlukların kullanımı da önemlidir. Boş alanlar da tasarımın bir parçasıdır. Dergiyi olabildiğince içerik ve görselle doldurmakta okuru yoracaktır. Kenar boşluklarının yanı sıra, gri alan denilen metin alanlar ve görseller yani siyah alanlar arasındaki boş alanlar da önemlidir. Bu üç alan türü arasında bir denge ve orantı gözetilmeye çalışılmalıdır.

Dergi tasarımı süreci uzun bir süreçtir. Bu süreçte yapılacakların adım adım belirlenmesi ve belirli bir kimliğe sahip, okurun ilgisini çekebilecek, hızla içerik yerleştirilebilecek, tasarım ilkelerine uygun yapıda tasarlanmış bir dergi ürün ortaya çıkarabilmek için yapılacak çalışmalara yardımcı olması amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Ambrose, G., Aono-Billson. (2013). Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım 1.Baskı. İstanbul: Literatür Yayınları.

Ambrose, G., Harris P. (2012a). Görsel Tipografi Sözlüğü. 1.Baskı. İstanbul: Literatür Yayınları.

Ambrose, G., Harris P. (2012b). Tipografinin Temelleri. 1.Baskı. İstanbul: Literatür Yayınları.

Ambrose, G., Harris P. (2013a). Yaratıcı Tasarımın Temelleri. 1.Baskı. İstanbul: Literatür Yayınları.

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

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

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

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

Becer, E. (2010). Modern Sanat ve Yeni Tipografi. 2.Baskı. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Book, A.C., Schick, C.D. (1998). Reklamcılıkta Metin ve Taslağın İlkeleri. D.Şendil(çev.). 1.Baskı. İstanbul: Yayınevi Yayıncılık(orijinal baskı tarihi 1990).

Dabner, D. ve Stewart, S., Zempol, E. (2014). Graphic Design School - The Principles and Practice of Graphic Design. 1.Baskı. New Jersey: Wiley.

Elden, M., Yeygel, S. (2006). Kurumsal Reklamın Anlattıkları. 1.Baskı. İstanbul:Beta.

Garfield, S. (2012). Tam Benim Tipim. 1.Baskı. İstanbul: Domingo.

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

Jean, G. (2010). Yazı İnsanlığın Belleği. 7.Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Ketenci, H.F.(2007) . Sayfa Tasarımı, Sayfa Düzeni, Mizanpaj Lisans Ders Notu(Yayınlanmamış). İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi.

Kocabaş, F., Elden, M.,(1997). Reklamcılık Kavramlar Kararlar Kurumlar. 1.Baskı. İstanbul:İletişim Yayınları.

Mazlum, F.S. (2006). Masaüstü Yayıncılık Tasarım ve Yayın Teknolojisine Giriş. 1.Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.

Rothstein, Jandos.(2007). Anatomy of a Magazine Layout, Ders Notu(Yayınlanmamış). George Mason University.

Samara, T.(2005). Publication Design Workbook A real-world Design Guide. 1.Baskı. Massachusetts: Rockport.

Sarıkavak, N. K. (2009). Çağdaş Tipografinin Temelleri. 1.Baskı. Ankara: Seçkin.

Schulze, P. (2004). Macromedia Freehand MX. 2.Baskı. İstanbul: Medyasoft Yayınları

Seddon, T., Waterhouse, J. (2009). Graphic Design For Non-designers. 1.Baskı. San Francisco: Chronicle Books.

Taşçıoğlu, M., Bodur, F., Eryılmaz, H., Özkanal, B., Aydın, H., Göksel, E.(2012). Halkla İlişkiler Uygulama Teknikleri. 2.Baskı. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Tayfur, G. (2008). Reklamcılık. 3.Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Teker, U. (2009). Grafik Tasarım ve Reklam. 4.Baskı. İstanbul:Yorum Sanat.

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

Tuksal, M. (2008). Grafikerin El Kitabı. 1.Baskı. İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Türk, M.S., Kansu, N., Ciylan, B. (2007). Masaüstü Yayıncılıkta Baskı Öncesi Hazırlık ve Photoshop Uygulamaları. 1. Baskı. Ankara: Gazi Yayınevi.

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

Sürelî Yayınlar

Photoshop Magazine.(2012). Spot Metallic Kullanarak Beş Renkli Bir Dergi Kapağı Oluşturun. Sayı

İnternet Kaynakları

68.Dergi Hakkında Bilgiler. (t.y.). http://www.enderofset.com/icerik/tanitim-urunleri_dergi-basimi_66.html (4.5.2015).

Elements of a Magazine Page. (2013).

<http://www.magazinedesigning.com/magazine-page-elements/>. (8.5.2015).

Magazine Design Tips: Key Elements .(2014). <http://www.envision-creative.com/magazine-design-tips-key-elements/> .(18.7.2015).