



T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Güzel Sanatlar Fakültesi/Grafik Tasarımı Yüksek Lisans

DERGİ TIPOGRAFİLERİNİN KIYASLAMALI İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Aysel AYIKOL
125110147

Danışman: Prof. Dr. Selahattin GANİZ

İSTANBUL, 2014



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Güzel Sanatlar Fakültesi/Grafik Tasarımı Yüksek Lisans

Yüksek Lisans Tezi

**DERGİ TİPOGRAFİLERİNİN KİYASLAMALI
İNCELENMESİ**

Tezi Hazırlayan: **Aysel AYIKOL**

KABUL VE ONAY

Aysel AYIKOL tarafından hazırlanan “**DERGİ TİPOGRAFİLERİNİN KİYASLAMALI İNCELENMESİ**” başlıklı bu çalışma, Savunma Sınavı tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan :

Üye :

Üye :

Üye :

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

İ m z a
Enstitü Müdürü

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

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum **“DERGİ TİPOGRAFİLERİNİN KİYASLAMALI İNCELENMESİ”** 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.

03.Kasım.2014

Aysel AYIKOL

ONAY

Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin 1 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum.

Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

03.Kasım.2014

Aysel AYIKOL

ÖZET

DERGİ TIPOGRAFİLERİNİN KIYASLAMALI İNCELENMESİ

Aysel AYIKOL

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı

Danışman: Prof. Dr. Selahattin GANİZ

Kasım, 2014 - 87 sayfa

Dergiler ilk yayımlandığı tarih olan 1663'ten beri bilginin ulaşımını sağlayan basılı yayınlar olmuştur. Bilginin ticari meta ya dönüşmesi ile uluslar arası pazarda çoğalan dergiler, sektörel bir güce dönüşmüştür. İletişim ve tasarım bir uzmanlık dalı olarak geliştikçe bu güç büyümeye devam edecektir. Dergilerin bilgi iletme sürecinde görsel bir sunuma dönüşmesi tasarım elemanları ve ilkelerini iyi kullanan yaratıcı tasarımcılar eliyle gerçekleşir. Yazının görsel dili olan Tipografi tasarımın en önemli unsurudur. Tipografi hiyerarşi, ritim, fotoğraf ve boşluğun dengeli kullanımı ile görsel estetiğe dönüşür. Toplumların görsel estetik düzeyini, kültürel, sosyal, siyasal, dinsel gelişimleri belirler. Tasarımcı hedef kitlenin bu özelliklerini bilmelidir. Derginin okurları tarafından seçilmesini sağlayacak tasarımları yaratmakla yükümlü olan tasarımcı aynı zamanda akılda kalıcılık için dergiye kimlik kazandırır. Tüm bu görevleri ilk bakışta kapak tasarımı yerine getirir. Dergi logosu, kapakta yer alan görsel, tipografi ve renk uyumu derginin okur tarafından rafta dikkatini çekmeyi başarabilmesi için önemlidir. Okurun o dergiye bağımlılığını sağlayan ise yayın felsefesidir.

Anahtar Kelimeler: Dergi tipografileri, Dergi Tipografilerinin kıyaslamalı incelenmesi

ABSTRACT
COMPARATIVE ANALYSIS OF MAGAZINE TYPOGRAPHIES

Aysel AYIKOL

Master Thesis, the Main Branch of the Art of Graphic Design

Supervisor: Prof Dr. Selahattin GANIZ

Kasım, 2014 - 87 page

Magazines have been printed publications which provide the communication of information since 1663 which is the date of first publication. Upon the transformation of the information into commercial Meta, the magazines, which were produced in the international market, transformed into a sectoral power. As communication and design developed as a specialty, this power will keep growing. The transformation of the magazines into a visual presentation in the process of communicating information is made through the hands of the design staff and designers who use their principles well. The visual language, which is Typography, is the most important element of design. Typography transforms into visual aesthetics with the balanced use of hierarchy, photograph and space. It determines the visual aesthetic level, cultural, social, political, religious developments of the societies. The designer should know these attributes of the target mass. The designer who is liable to create designs which will make the magazine chosen by the readers also helps gaining identity for the magazine for memorabilia. All these tasks are fulfilled by the cover design at first glance. Magazine log, the visual on the cover, typography and colour harmony are important for the magazine to attract the reader's attention on the shelf. And what provides the reader's loyalty to that magazine is the philosophy of publication.

Keywords: Magazine Typographies, Comparative Analysis of Magazine

Typographies.

ÖNSÖZ

Tipografi tek başına görsel tasarım oluşturduğu gibi fotoğrafla ya da illüstrasyonla birlikte kullanılarak tasarım oluşturmaktadır. İnsan yazının bulunuşundan beri okunabilirliği göz ardı etmeden güzel yazıyı yazmayı ve kullanmayı amaçlamıştır. Teknolojinin gelişiminden sonra bilgisayarla üretilen yazı karakterlerinin gelişimi hızlanmış ve tipografik gelişimler çok daha çabuk yayılmaya başlamıştır. Tipografik gelişimlerin ilk kendini gösterdiği alan basılı dergilerdir. Tüm dünyada yayınlanan uzun soluklu dergiler bu gelişimlerin gözlenebildiği yegâne alanlardan biridir.

Bu araştırmanın amacı; Tasarımcıların, dergi sektörünün okur ile sağlıklı ve uzun soluklu iletişim kurmasını sağlamalarında en önemli unsur olarak kullandıkları tipografinin gelişimine dikkat çekmektir.

Bu çalışmamda bana yol gösteren, kaynak temininde ve kaynak kişilere ulaşmamda yardımcı olan tez danışmanım Prof. Dr. Selahattin GANİZ hocama desteğinden ötürü teşekkürlerimi sunarım. Kişisel arşivinden çalışmalarını kullanmamı sağlayan Gürbüz Doğan EKŞİOĞLU'na ve benimle söyleşi yapmayı kabul eden Faruk ŞÜYÜN'a teşekkürü bir borç bilirim. Seminer Hocam Prof. Dr. Güler ERTAN'a tez yazım bilgilendirmelerinden ötürü teşekkür ederim.

Tezimi bitirebilmemin sebebi canım yeğenim Huri Maral Dalkılıç'a teşekkür ederim.

İstanbul, 2014

Aysel AYIKOL

ŞEKİL VE GRAFİKLER

2.BÖLÜM

Resim 2. 1: 42 Satırlı İncil.....	6
Resim 2. 2: 42 Satırlı İncil'den Ayrıntı.....	7
Resim 2. 3: Fransız Mercure Galant Dergisi,1679 sayısı.....	9
Resim 2. 4: The Gentleman's Magazine Dergisi, 1759 sayısı.....	10
Resim 2. 5: The Gentleman's Magazine Dergisi, 1731 ve 1856 sayıları.....	10
Resim 2. 6: Household Words 1851 sayısı.....	11

3. BÖLÜM

Resim 3. 1: The Atlantic Monthly, 1857 sayıları.....	15
Resim 3. 2 : Collier's, 1897 ve 1901 sayıları.....	16
Resim 3. 2 : Collier's, 1897 ve 1901 sayıları.....	17
Resim 3. 4: Collier's 2012, ilk sayısı.....	18
Resim 3. 5: The Bookman, Şubat 1900 ve Aralık 1906 sayısı.....	19
Resim 3. 6: The Bookman, Ağustos 1911 sayısı.....	20
Resim 3. 7: The Saturday Evening Post 1902, 1924, 1941 -2014 sayıları.....	21
Resim 3. 8: National Geographic, Ekim 1888 ve Nisan 1899 sayıları.....	22
Resim 3. 9: National Geographic, Şubat 1900 ve Ekim 1901 sayıları.....	22
Resim 3. 10: National Geographic, Mayıs 1906 ve Kasım 1910 sayısı.....	23
Resim 3. 11: National Geographic, 1962 ve 1971 sayısı.....	24
Resim 3. 12: National Geographic, 1983 ve 2014 sayısı.....	25
Resim 3. 13: Marinetti Tipografik Çalışması.....	26
Resim 3. 14: Noi, Haziran 1917 sayısı.....	27
Resim 3. 15: Kurt Schwitters, ABCD (1928).....	28
Resim 3. 16: El Lissitzky,.....	28
Resim 3. 17: Broom dergisi.....	29
Resim 3. 18: Broom Dergisi.....	30
Resim 3. 19: Vanity Fair, 1929 Mehmet Fehmi Ağa Tasarımı,.....	31

Resim 3. 20:	Vogue, Ağustos 1940 sayısı.....	32
Resim 3. 21:	Vogue, 17 Aralık 1892 (İlk Sayı), Mart 2014 tarihli sayılar.....	34
Resim 3. 22:	Vogue, Mayıs 1907 Tarihli sayı.....	35
Resim 3. 23:	Vogue, Temmuz 1926, Temmuz 1931, Tarihli sayılar.....	36
Resim 3. 24:	Vogue, Nisan 1944 (Salvador Dali), Mayıs 1945 sayılar.....	37
Resim 3. 25:	Vogue dergisi.....	38
Resim 3.26:	Joseph Muller-Brockmann konser afişi.....	39
Resim 3. 27:	Harper Bazaar, Brodowich sayfa tasarımı.....	40
Resim 3. 28:	Harper Bazaar, Brodowich sayfa tasarımı.....	40
Resim 3. 29:	Nova ve Tween, Ocak 1974 ve Ekim 1966 sayıları.....	41
Resim 3. 30:	Ray Gun, kapak örneği.....	42
Resim 3. 31:	Esquare, Ağustos 2011 sayısı.....	43
Resim 3. 32:	Blah Blah Blah dergi kapakları.....	44
Resim 3. 33:	Time, 1923 (ilk dergi), 1956, 1960, ve 1964 sayıları.....	46
Resim 3. 34:	Time,1974, 1984, 1994 ve 2014 sayıları.....	47
Resim 3. 35:	The New Yorker, Şubat 1925 ve Aralık 1972 Sayısı.....	48
Resim 3. 36:	The New Yorker, Ocak 1992, Mart 1993, Ocak 2005 ve Ekim 2009 Kapakları.....	49
Resim 3. 37:	The New Yorker, Ocak 1993, Eylül 2003, Mayıs 2011 kapakları.....	50
Resim 3. 38:	İ.D. Dergisi	51
Resim 3. 39:	İ.D. Dergisi sayıları.....	51
Resim 3. 40:	Immerse dergisi kapakları.....	52
Resim 3. 41:	The Sunday Times, Haziran 1962 sayısı.....	53
Resim 3. 42:	The Sunday Times, Ekim 1982 ve Temmuz 2011 sayıları.....	54
Resim 3.43:	The Sunday Times, 28 Mart 1968 sayısı.....	55
Resim 3. 44:	Newsweek, 1933,1938,1947 ve 1965 sayıları.....	56
Resim 3. 45:	Newsweek, Temmuz 2014 sayısı.	57

4. BÖLÜM

Resim 4. 1: Cumhuriyetin ilk yılında yayınlanan Kalem Dergisi.....	60
Resim 4. 2: Hayat Dergisi, Tifruk baskı 1956 ilk sayısı	61
Resim 4. 3: Hayat Dergisi,İlk renkli kapak 1956 sayısı.....	62
Resim 4. 4: Ses Dergisi, Aralık 1972 ve Kasım 1973 sayıları.....	63
Resim 4. 5: Milliyet Sanat Dergisi,1972 (ilk sayı), 1980, 1982, 2005 sayıları	64
Resim 4. 6: Gösteri Dergisi sayıları.....	65
Resim 4. 7: Fotoğraf Dergisi, 1995 (İlk yıl sayısı), 1996, 2000, 2014 sayıları.....	66
Resim 4. 8: Bilim ve Teknik Dergisi 1967 (İlk sayı), 2000, 2007 ve 2014 sayıları.....	67
Resim 4. 9: Dünya Kitap Dergisi, Temmuz 2014 ve Ekim 2014 sayıları.....	68
Resim 4. 10: Grafik Tasarım Dergisi, 2006 (ilk sayı), 2007, 2011, 2014 sayıları.....	69
Resim 4. 11: All Decor,Eylül 2014 sayısı	70

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
ÖNSÖZ.....	III
ŞEKİLLER VE GRAFİKLER.....	IV

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1.Problemin Tespiti.....	3
1.2.Çalışmanın Amacı.....	3
1.3.Araştırma Metodolojisi.....	3
1.4.Ünitelerin Planı.....	3

2.BÖLÜM

DERGİNİN TARİHÇESİ

2.1.Derginin Tarihçesi,.....	4
2.2.İlk Dergiler.....	8

3. BÖLÜM

DERGİDE TASARIM ÖZELLİKLERİ

3.1.Dergilerde Tasarım ve Tipografi.....	14
3.2.Kurumsal Kimlik ve Aidiyet.....	33

4. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE DERGİCİLİK

4.1.Türkiye'de Dergicilik.....	58
--------------------------------	----

5. BÖLÜM
DERGİ YAYINCILIĞI

5.1.Dergi Künyesi.....	74
5.2.Görsel Algılama ve Okunabilirlik.....	79

6. BÖLÜM
SONUÇ

6.1.Özet.....	82
6.2.Çalışmanın Literatüre Katkısı.....	83
6.3.Araştırma Kısıtları.....	83
KAYNAKÇALAR.....	84
YARARLANILAN KAYNAKLAR.....	86
ÖZGEÇMİŞ.....	87

1.BÖLÜM

1.GİRİŞ

1.1. Problemin Tespiti

Dergi tasarımlarındaki tipografik uygulamaların hedef kitleyi etkileme ve bilgi iletme sürecine katkısının belirlenmesi.

1.2. Çalışmanın Amacı

Dergi tasarımlarındaki tipografinin ve uygulamalarının hedef kitleyi etkileme ve bilgi iletme sürecine, hangi kavram ve düzenleme biçimleriyle katkı sağladığının belirlenmesidir.

1.4. Araştırma Metodolojisi

Bu araştırma literatürün taranması ve yayınlanmış dergilerin arşivlerinden ve internet üzerinden elde edilen dokümanlarla örneklem yöntemiyle yapılmıştır.

1.5. Ünitelerin Planı

Üniteler esas olarak kronolojik bir sıralama ile ele alınmıştır. Ancak bazı bölümlerde geçmiş ve bu günkü dergiler üzerinden karşılaştırmalar yapılmıştır.

2. BÖLÜM

DERGİNİN TARİHÇESİ

2.1. Derginin tarihçesi

Basının en önemli bölümlerinden birini oluşturan dergicilik toplumun sosyal alanda gelişimiyle oluşan ihtiyaçtan doğmuştur. Bilginin iletilme sürecinde dergi, süreli ve periyodik olarak okura ulaşan basılı yayın olması açısından önemlidir.

“İnsanlık tarihinde “dergi” (Magazine) kelimesi Edward Cave tarafından 1731 yılında literatüre geçirilmiştir. “Dergi” (Magazine) kelimesi, ambar anlamında kullanılan ve Arapça “makhazin” kelimesinden türetilmiştir (Curtis,2011).”

Dergi düzenli olarak makaleleri ve yazıları içeren süreli yayınlar olarak bilinir. Bilginin depolandığı, bilgi deposu görevini gören dergiler, toplumun kültürel ve sosyal gereksinimlerini karşılar. Dergi tarihine bakmadan önce basın tarihini incelemek ve derginin ortaya çıkış nedenlerini araştırmak gerekir.

“Basının önemli bir bölümünü oluşturan dergiciliğin ortaya çıkışı ve gelişmesi, sosyal bilimlerin doğuşuyla yakından ilgilidir. Sosyal bilimlerin ortaya çıkışı ve bilginin topluma arzı, bilgiyi aktaracak araçların doğuşunu hazırlamıştır. Bu araçlar içerisinde en etkili ve kalıcı olanları, uzun süre saklanabilen, çok sayıda bireye ulaşma imkânı olan yazılı kaynaklardır. Ayrıca güncel bilginin kamuya arzı ihtiyacı da periyodik olarak bu işlevi görecekt araçların arayışını başlatmıştır. İşte dergicilik böyle bir gereksinimin doğal sonucu olarak ortaya çıkmıştır (ŞİMŞEK, 2001)

Basın, insanın bilgi alma ihtiyacından doğmuştur. Ve bu bilgi alma ihtiyacı insanlık tarihi kadar eskidir. Prehistorik çağda mağara duvarlarına yapılan resimler ve işaretler, insanın tarihteki ilk kendini ifade unsurlarıdır. Toplumsal hayatın gereği olarak, birçok alanda kullanılan çizgi, işaret ve semboller, yazının bulunmasına katkı sağlamıştır.

“Yazı, yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, insanın simgesel düşüncesinin ulaştığı bir dönüm noktası olarak da insanoğlunun kültürel değişim sürecinde uzun bir arayışın, denemenin ve birikimin sonucudur. Yazının tarihi, kültür tarihi gibi tarih öncesi çağların derinliklerindedir (TEMİZKAN, 2010: 627).”

Sanatın tarihi olarak ta kabul ettiğimiz, mağara duvarlarına yapılan resimlerden başlayarak insan, gelecekteki insana belge bırakmaya başlamıştır. Bizim bir çırpıda okuduğumuz veya anlattığımız bu sürecin binlerce yıl sürdüğünü düşünmek, bilgisayarın başına oturana kadar geçirdiğimiz süreci anlamamız açısından önemlidir. Ateşin bulunması, tekerleğin keşfi, birer gelişmedir, ama asıl gelişme, insanı insan yapan onun sosyalleşmesidir. Sosyal bir varlık olarak birlikte yaşama kültürünü öğrenmesidir. Böylece iletişim kurma ihtiyacı da doğar. İletişim en az iki insan arasında gerçekleşen duygu, düşünce ve bilgi alışverişidir. İlk bilgi alışverişi yazı yerine kullanılan, stilize edilmiş resimlerden oluşan ve kolay algılanabilir özelliği olan işaretler yoluyla gerçekleşmiştir. Mısır hiyerogliflerinde resimsel imgeler ve işaretlerle gördüğümüz yazı zamanla evrimleşerek Fenikeliler döneminde sesli harf sembollerine dönüşmüştür.

“Semitik kavimlerin yazılarından temel alan Fenike yazıları 22 sessiz harften oluşmaktaydı ve temelde Mısır hiyerogliflerinin form ve fonetik özellikleri ile ilişki içindeydi (GANİZ, 2004: 20).”

Bu günkü Latin harflerinin de temelini oluşturan Fenike alfabesi, ticaret yapan Fenikelilerle yayılma göstermiştir.

“Alfabeyi Fenikelilere, sesli harfleri Yunanlılara borçluyuz. Yazı estetiğini ise alfabeyi Yunanlılardan devir alarak Latin alfabesini oluşturanlara yani Romalılara borçluyuz. Onlar harflerde de değişiklikler yapıp hemen hemen bu gün kullandığımız alfabeyi oluşturdular, ama bizim açımızdan çok önemli bir değişiklik daha yaptılar: Yazıyı güzelleştirdiler (İSTEK,2004: 71).”

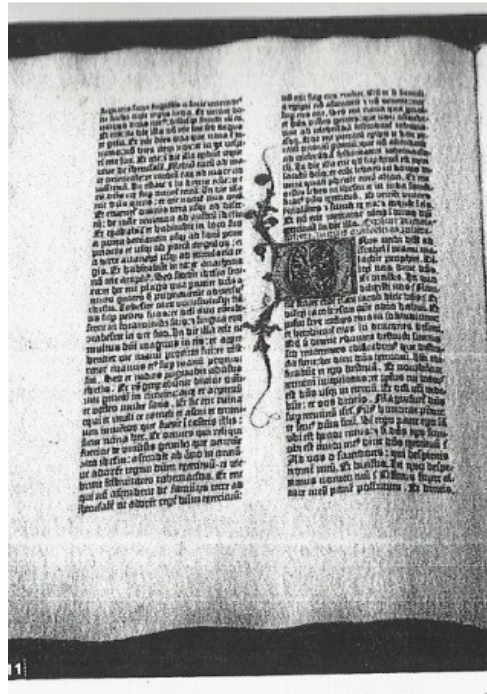
Yazının bulunmasından sonraki süreç, yazının kalıcı olarak bir yüzey üzerine uygulanması sürecidir. Taş, kil ve deri üzerine çeşitli aletlerle kazıma ile başlayan bu dönem, daha sonraları papirüs ve kâğıt üzerine çeşitli mürekkeplerle elyazması olarak, matbaanın bulunmasına kadar devam etmiştir. Yazının kolay öğrenilebilir hale gelmesiyle birlikte insanın bilgiyi yaygınlaştırmaya olan ihtiyacı artmıştır. El yazmasının uzun ve zahmetli olması kıymetini artırmıştır. Dolayısıyla bilginin dolaşımı bu el yazması, kıymetli kitaplara sahip olabilen zümrelerde gerçekleşmiştir. Bilginin yaygınlaştırılmasını sağlamak amacıyla baskı teknikleri denemeleri ve araştırmalarının olduğu görülmektedir.

“14. yüzyılın sonlarından itibaren, özellikle kuzey Avrupa’da pek çok kitap tasarımcısı daha hızlı ve etkin kitap üretme yöntemleri üzerine kafa yormaya başlamıştı. Bu dönemde sanat tarihçilerinin sevdiği bir ad vardı:”İncunabula”. Bulunan yöntem ise şu idi: Tüm kitap sayfası tek bir tahta kalıba oyuluyor ve kalıbın içine oyulan resimler daha sonra elle renklendiriliyordu. Tümü elle yapılan kitaplara göre daha hızlı üretilabiliyordu (İSTEK, 2004: 72).”

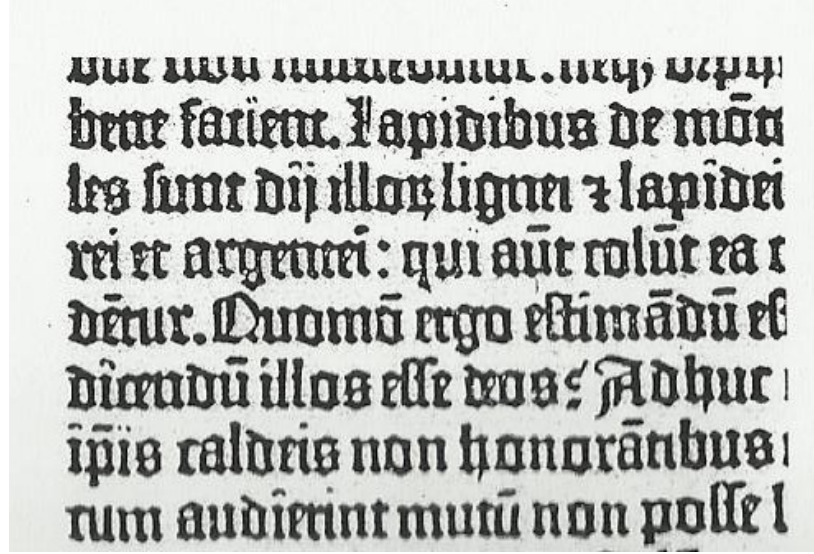
Ancak, ahşap maddesel özelliği nedeniyle uzun baskılara elverişli değildi. Çok çabuk yıpranıyordu, tekrar kalıp hazırlanması gerekiyordu. Uzun süreli baskılara dayanıklı yöntemler bulunmalıydı.

“1450 yılında basım ve yayıncılık alanında önemli bir devrim gerçekleşti. Johannes Gutenberg isimli bir Alman, metal yazıları kurşun alaşımlar kullanarak oluşturmayı ve bunlardan blok kalıplar elde etmeyi denedi. Artık zamanın ölçütleri içinde çok yüksek sayılabilecek baskı sayılarına ulaşılabiliyor, aynı kalıp defalarca kullanılabilirdi. Bu gelişme XI. Yüzyıldan beri Çinlilerin birim harfler kullanarak yaptıkları baskı sisteminden sonra en önemli tarihi aşamaydı (UÇAR,2004: 100).”

Gutenberg’in ilk bastığı eser 42 satırlık İncil’dir.



Kaynak; Namık Kemal Sankavak, Çağdaş tipografinin temelleri.2004:6
Resim 2. 1: 42 Satırlık İncil.



Kaynak: Namık Kemal Sarıkavak, Çağdaş tipografinin temelleri.2004:6
Resim 2. 2: 42 Satırlı İncil'den Ayrıntı.

“ 42 Satırlık İncil adını, sütunlardaki satır sayısından almıştır. Ancak bu eserin tipografik yapısı yakından incelendiğinde, oldukça ilginç yapı ortaya çıkar. O devirde yayıncılıkta kullanılan yazı biçimi, el ile yazılan kesik uç yazı karakteriydi. Gutenberg, bildiği ve o zamana kadar gördüğü tek tarz olan bu Gothic (Black Letter olarak da adlandırılır) yazı karakterlerini kopya etmeye çalıştı. Baskı harfleri ile bu yazı karakterlerini kopya etmek çok güçtü, çünkü bu yazı sitilinde el yazısının genel karakterinde olduğu gibi harfler birbirine bitişikti. Bu yüzden bileşik harfler (ligatures) farklı çiftlemeler ile üretildi. Gutenberg bu zorunluluk yüzünden harfleri bireysel biçimde üretmek yerine, yaklaşık 270 farklı kombinasyon ile üretmek zorunda kaldı. (UÇAR,2004:100,101).”

Tüm buluşlar gibi matbaanın bulunması da toplumsal dinamikleri kökünden sarsacak değişimlerin başlangıcıdır. Avrupa'da 15. Yüzyılda gelişmeye başlayan matbaacılık insan aklının ve yaratıcı güçlerinin özgürce yeni bir yön kazanması olarak tanımlayabileceğimiz Rönesans'ın doğuşuyla birlikte ilerlemesini sürdürmüştür. Tipo baskı ile tipografi terimi de doğmuştur. Tipografi mesajın yazıyla aktarılması aşamasında kullanılan harfler, semboller ve tüm noktalama işaretlerini kapsar. Ancak matbaanın bulunmasından sonra tipografiden söz edilmesi, teknik yönünün göz ardı edilmeden tipografinin incelenmesi gerektiği sonucuna bizi götürür. *Araştırmacı Ruari McLean* “*Tipografi, basılı sözcük vasıtasıyla iletişim tasarımının sanatı ya da*

zanaatıdır”¹ derken tipografinin teknik yönünü göz ardı etmeden sözcüklerin okutulmasına estetik katkı sağlamayı ifade etmiştir.

“Bu gün yaşamımızın temel parçalarından biri olan tipografi, yazılı kelimeyi oluşturan harfler evrimleştikçe ve mükemmelleşerek yaygın kullanımlı alfabelere dönüştükçe ortaya çıkan, yüzyıllarca sürmüş bir gelişimin sonucudur. Teknoloji, bu gelişmede iz ve lekeleri karakter olarak tanıyışımızı etkileyerek merkezi bir rol oynamıştır. Baskı endüstrisinin gelişimiyle, teknoloji aynı karakter dizisinin pek çok farklı sunumu olan tipografi kavramının doğmasını sağlamıştır (AMBROS ve HARRİS, 2012: 6)

2.2. İlk Dergiler

Çoğaltım tekniği ile kitaplar, gazeteler gelişen teknoloji ile birlikte olanca hızıyla basılırken farklı baskı türleri denenmeye başlandı. Bu türlerden biride aylık veya haftalık periyotlarla çıkarılan tematik yayınlardı. O zamanlar henüz dergi kelimesi kullanılmıyor olsa da yayınlanma amacının, bu günkü dergilerden pek bir farkı olmadığı görülmektedir.

Dergi tarihinin ilk belgelerinin bu gün ulaşılabilir olması Avrupa’da basılı yayına verilen önemin sonucudur.

“İlk dergi 1663-1668 yılları arasında Almanya’da periyodik olarak yayınlanan ‘Erbauliche Monaths Unterredungen’ dir.. 1668 yılına kadar yayınlandı. Daha sonra eğlence amaçlı Fransız dergisi Le Mercure Galant ‘ın 1672’de çıkmasının yolunu açmıştır.”

Derginin Mart 1679 tarihli sayısında logo tipografisi kıvrımlı, antik dönem (akantus yaprakları) izlerini taşır (Resim 2.3.). Dergi tipografisinde insiyallerin kullanıldığı da görülmektedir.

İnsiyal (Initial),“ 4. yy.dan beri kullanılan el yazılarında baş harfin büyük ve süslü yazılmasına denir. İnsiyaller 13.yy’dan sonra matbaanın gelişmesiyle birlikte dekoratif başlık harfleri olarak kullanıldılar. Günümüzün tipografik uygulamalarında, insiyaller, kullanılan fontların kapitalleri ile

¹ Sarıkavak, Namık Kemal, Çağdaş tipografinin temelleri.2004:6

² Anonim, <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/356421/magazine#ref200910>

genellikle paragraf başlarında farklı yerleştirilişlerle gösterilmektedir (GANİZ, 2004: 36).”

Dergi logo ve başlık tipografisinde düz hatları görmek zordur. Dergi tipografileri Gotik Sanat ve Rönesans etkileri ile yeni sanat akımları ve stillerinin oluşmaya başladığı bu dönemin karmaşasını yansıtmaktadır. Zikzaklı ve tırnaklı olarak çalışılmış yazı karakterleri gözü yoran ve okunurluğu zorlaştıran özelliğe sahiptir. Dekoratif süsleme çabası ile sunulan tipografilerin basit biçim arayışları olduğu görülür.



Kaynak: <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015065756622;view=1up;seq=18>

Resim 2. 3: Fransız Mercure Galant Dergisi, 1679 sayısı.

“Dünyanın ilk modern dergisi olan “The Gentlemen’s Magazine” dergisi 1731’de yayına başlamıştır. Deneme, öykü, şiirlerin, daha sonra parlamento’dan haberlerin yer aldığı dergi, 1922 yılına kadar yayınlanarak İngiltere’nin o dönemdeki en uzun soluklu dergisi olmuştur³.”

³Anonim, http://en.wikipedia.org/wiki/The_Gentleman's_Magazine



Kaynak: <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=chi.79255486;view=1up;seq=7>
Resim 2. 4: The Gentleman's Magazine Dergisi, 1759 sayısı.

Tipo baskı yöntemiyle basılan dergide, sayfa ana başlık tipografisinin bu gün kullanılan "Adobe Garamond Pro" yazı karakteri ile aynı olduğu görülmektedir (Resim 2.4.). Sağ sütunda kullanılan Texture (gotik) yazı stili o dönem baskılarında da sıkça kullanılmaktaydı.



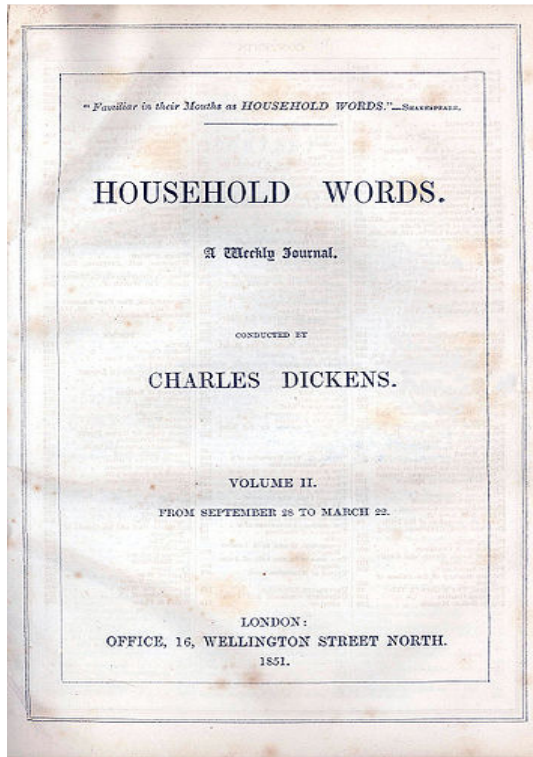
Kaynak: <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015016468319;view=1up;seq=7>
Resim 2. 5: The Gentleman's Magazine Dergisi, 1731 ve 1856 sayıları.

19. yüzyıl ortalarında dergilerin okuru artık sadece zengin zümreler değildi. Orta sınıf da dergiye ulaşır hale gelmişti

“Charles Dickens tarafından 1850’de aile dergisi olarak yayınlan “Household Words” İngiltere’nin haftalık dergisi olarak okurlarına ulaşmış ve 28 Mayıs 1859 tarihinde son kez çıkmıştır (Resim 2.6.).⁴”

Matbaanın bulunmasından sonraki dönemlerde görsellerin basımı konusunda zorluklar yaşanmıştır. Hep kullanılagelen tahta kalıpların çabuk yıpranması, gravürdeki uzun ve zahmetli süreçler, farklı teknik arayışlara yönelmeyi sağlamıştır.

“1796 yılında Aloys Senefelder su ve yağın birbirini itme prensibinden faydalanarak, günümüz ofset baskı tekniğinin atası taş baskı tekniğini buldu (UÇAR, 2004:103).”



Kaynak: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Householdwordsvol2.jpg>

Resim: 2. 6: Household Words 1851 sayısı.

⁴John ML Drew, © Dictionary of Nineteenth-Century Journalism (Academia Press and the British Library, 2009) , <http://www.djo.org.uk/indexes/journals/household-words.html>

Bu teknik bu gün bilinen adı ile Litografi tekniği idi. oğaltmada uzun bir süre Litografi (taş baskı) tekniği kullanılmıştır. Kolay uygulanabilir bir teknik olan litografi düz baskı tekniğidir ve birden fazla renk basma imkânı vermektedir.

“Bulunuşunun ardında, tipografide çeşitliliği sağlayıcı etkileri olan litografi tekniğinin yaygın olarak kullanıldığı 19. yüzyılın sonuna gelindiğinde, yazı karakteri dizgisi ve tasarımında devrim niteliğinde iki yeni buluş daha yapılmıştır. Bunlardan birincisi, 1889'da Almanya'da geliştirilen "Linotype" ve "Monotype" adındaki otomatik dizgi makineleridir. Bu makinelerin getirdiği yenilik, kullanılacak olan yazı karakteri seçilmesi, kullanılması ve baskı işleminin tamamlanmasının ardından metal harflerin eritilerek, yeni harf üretiminde kullanılmak üzere dönüştürülmesi işlemlerinin makine tarafından otomatik olarak yürütülmesiydi. Baskıya harcanan zamanda %80-90 azalma sağlayan bu makinelerin kullanılmaya başlandıktan sonra, o güne değin üretilmiş ve modası geçmiş olan metal yazı klişelerinin büyük bir bölümü, hammadde olarak tekrar üretimde kullanılmıştır.

19. yüzyılın sonunda gerçekleşen bir diğer buluş ise Amerikalı Linn Boyd Benton'ın 1885 yılında geliştirdiği "Pantograf" (Pantograph) makinesidir. Bu makine, harf kesimine inanılmaz bir hız kazandırmıştır ve basitçe, bir çizimin orijinal büyüklüğünü istenilen ölçüye değiştirmeye, daraltma veya genişletmeye yaramaktadır. Yazı karakterlerinde o güne değin tipograflar tarafından yapılmış olan büyüklük, kalınlık, darlık ve genişlik değişikliği ayarlamaları, "pantograf" makinesi ile otomatik olarak yapılabiliyordu. Bu yeni makineler, tipografların yapabildikleri ince ayarlamalara izin vermese de, sağladıkları hız ve maliyet avantajları nedeniyle büyük ilgi görmüştür. "Pantograf" makinelerinin kullanımının yaygınlık kazanmasıyla birlikte, yazı karakteri üreticilerinin üretimdeki pazar payları büyük oranda azalmış; bu sektör çökme durumuna gelmiştir (DÜNDAR, 2005: 34).”

Endüstri devrimi ile başlayan modernleşme döneminde, teknolojik alandaki gelişmeler, üretim toplumunu değişim sürecine uğratmıştır. Endüstri devrimi ile ekonomisi tarıma dayalı olan toplumlar, sanayileşmeye başlamıştır. Sanayileşme üretimi tetiklemiş, üretilen malların tüketimi konusunda toplumların teşvik edilmesi için yeni yöntem ve tekniklerin aranması ihtiyacı doğmuştur. Hedef kitleye ulaşma aşamasında yeni iletişim modelleri denenmeye başlanmıştır. Reklam sektörü de bu aşamada kendini göstermiş ve sanayileşme hızına paralel olarak gelişmeye başlamıştır. Üretimin artması reklamın önemini de ortaya koymuştur.

Rekabetin artması ile bilgi iletme çabası da, uzmanlık isteyen bir iletişim sürecine dönüşmüş. Grafik tasarım bu dönemde ilk kez İngiltere’de uygulanmaya başlamıştır. Bu ortamda dergicilik, her kesime hitap eden türleri ile çeşitlenerek yeni grafik tasarım elemanlarının da kullanılması ile gelişmeye başlamıştır.

Sağlam tasarım yapılarıyla yayın hayatına başlayan bazı dergilerin, uzun yolculuğu günümüze dek srmştir.

3. BÖLÜM

DERGİDE TASARIM ÖZELLİKLERİ

3.1. Dergilerde Tasarım ve Tipografi

“Hemen her sanat eseri, gibi tipografik bir yaklaşım, çözümleme veya tasarım, çağının etkilerini taşır. Tipografik bir çalışma bir taraftan kendisine yüklenen pratik bir iletişim amacına hizmet etmeye çalışırken, öte yandan biçime dayalı bir sanat dalı olarak dile gelir (UÇAR, 2004: 109).”

“Tipografi kıymetli bir sanattır, çünkü düşünceyi giydiren son ögeyi, onun maddesel güzelliğini yazının sistemi içinde biçimlendirir, kimileri onun bu sistemin dışında kaldığını söyleyecektir, biz onlara yine de içinde kaldığını söyleyeceğiz, çünkü söz konusu olan tam olarak yine yazıdır (UÇAR, 2004:109).”

Atlantic Monthly dergisi, 1 Kasım 1857 yılında Amerika’da yayınlanmaya başladı, edebiyat, siyaset ve bilim dergisi olarak kendini kanıtlamış ve iki yıl içinde satışı 30.000’e ulaşmıştır.⁵ Dergi, 150 yılı aşkın yayın yapmıştır. 1950’ler den sonra ‘The Atlantic’ olarak yayın hayatına devam etmiş, 1994 yılında ‘The Atlantic Monthly’ olarak yayınlanmış, 2002 yılından itibaren yine ‘The Atlantic’ olarak günümüzde yayını sürdürülen bir dergidir. (Resim 3. 1.)

The Atlantic dergi logosunda kullanılan yazı karakteri ilk sayılarda kapital harflerden oluşmuştur. Küçük harflerin büyük harflere göre çabuk algılanabilir ve hızlı okunabilir özelliğinden yararlanılmış.

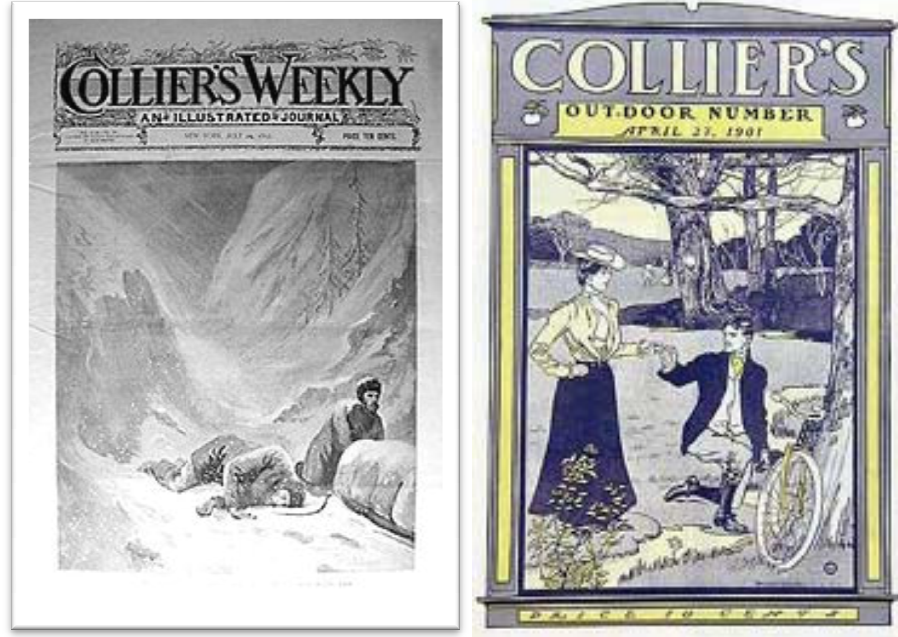
“Araştırmalar kelime tanıma sürecinde harflerin görünümü, şekilleri, büyük ve küçük harfle yazılmış olmasının etkili olduğunu göstermektedir. Beyin araştırmaları küçük harflerle yazılan kelimelerin daha hızlı tanındığını ve anlaşıldığını ortaya koymaktadır. Küçük harflerle yazılmış bir metin büyük harflerle yazılmış bir metne göre daha hızlı okunmaktadır. Bir metni küçük harflerle okumak bütün ayrıntılarını incelemeyi, derinlemesine bilgilenmeyi ve öğrenmeyi kolaylaştırmaktadır. Küçük harflerin görsel tanınma üstünlüğü görme, anlama ve zihinde yapılandırma işlemlerini hızlandırmaktadır. Küçük harflerle yazılmış kelimelerin fark edilmesi büyük harflere göre daha kuvvetli olmakta ve 3 kat daha kolay fark edilmektedir (GÜNEŞ, 2012: 93).”

⁵ Cullen Murphy, 1994, A History of Atlantic Monthly, <http://www.theatlantic.com/past/docs/about/atlhstf.htm>

Yazı karakterlerinin birçoğunda karakteristik özellikler küçük harflerin alt ve üst uzantılarında kendini gösterir. Bu da görsel algıda fark edilir bir kolaylık sağlar. 1857 yılı sayısında sayfa tasarımı, portre ile köşegenlerinde süslemeler olan ve çerçeve içinde dağınık olarak yerleştirilen tipografiden oluşmuştur. Derginin 1990'lı yıllarındaki tasarımlarında Logonun kapak konusunun önüne geçtiği görülür, 2014 sayısında kapak konusu daha çabuk algılanabilir yazı karakteri, boyutu ve etkin bir renk ile alıcısını etkiler duruma gelmiştir. Dergi Logo boyutunun büyümesine karşın tasarım içindeki renk tonuyla arkada kalmak istediği görülür.



Kaynak:<http://www.theatlantic.com/national/archive>
Resim 3. 1: The Atlantic Monthly, 1857 sayıları.



Kaynak: <http://colliersmagazine.com/lightbox/cover-archive>

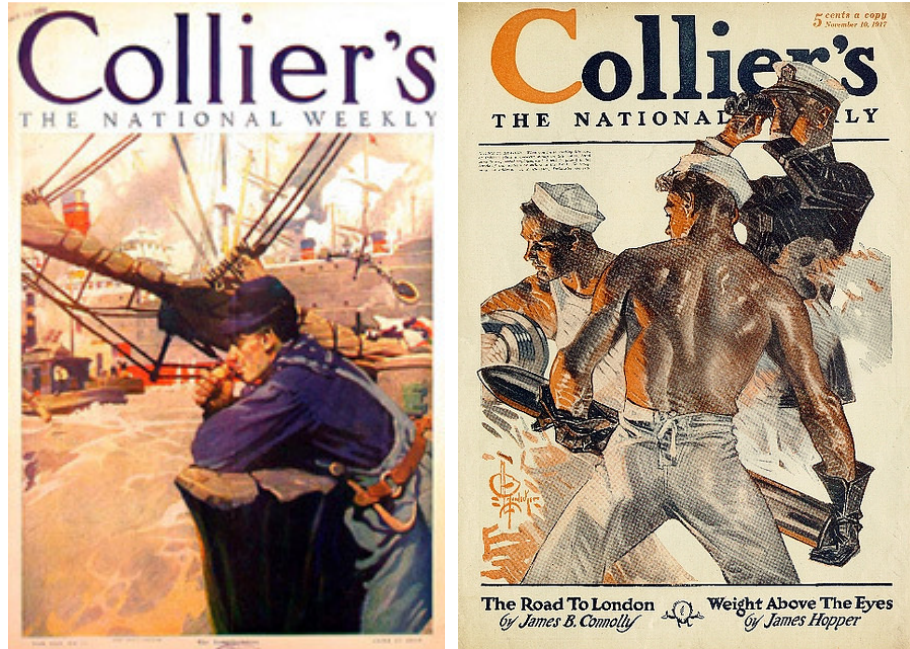
Resim 3. 2 : Collier's, 1897 ve 1901 sayıları.

Collier dergisi yayıncı ve araştırmacı gazeteci Peter Collier tarafından 1888 yılında Amerika'da kurulmuştur. Zekâ, mizah ve haber dergisi olarak lanse edilmiş olmasına karşın, yaygın olarak bilinen değerleri, araştırmacı gazetecilik ve sosyal reformdur. Collier, her zaman, I. Dünya Savaşı gibi tarihsel olayların değerlendirmeleri için, Winston Churchill, Ernest Hemingway, Sinclair Lewis, Jack London, F. Scott Fitzgerald, JD Salinger, John Steinbeck, Pearl S. Buck, Kurt Vonnegut gibi ünlü yazarlar görevlendirmiştir. Collier yaratıcılık ve özgünlük için çabalamıştır. Her kapakta, orijinal çizim ya da resim bulunmaktadır.⁶ 1897 tarihli dergi logosu Collier's Weekly bir kuşak üzerindedir. Logo tipografisinde harflerin birbirine yakınlığı ve i içe girmesi okunabilirliği zorlaştırmaktadır. Kuşaktaki yatay çizgiler ve bitkisel motifler art nouveau hareketinin etkileri olarak ortaya çıkar. Bu dönemde adından söz ettirmeye başlayan hareket Paris kaynaklı olup Amerika ve İngiltere'ye yayılmaya başlamıştır.(Resim 3. 2.)

⁶ John Elduff, (t.y.)Collier's Magazine, About Us- <http://colliersmagazine.com/about-us>

“Art Nouveau döneminin sözü edilen biçimsel anlayışını grafik ürününün bütününde yansıtabilmek için, tasarımcılar yalnızca yazı karakterini bu görsel kodlar doğrultusunda şekillendirmek ile yetinmemişler; kullanılan yazı karakterleri ve imgeler arasında da “akışkan” bir birlik sağlamaya çalışmışlardır (DÜNDAR,2005: 40).”

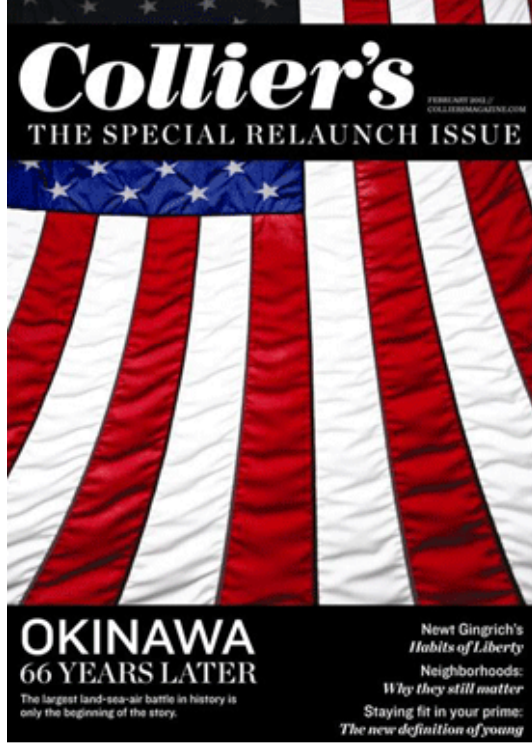
O dönem kapak tasarımlarında (Resim 3. 3.). 1910 sonrasında logonun ilk harfinde kullanılan Turuncu renk tipografinin algılanmasını engelleyen bir etken olmuştur. Tüm sayfa genelinde Turuncu kaynaştırıcı renk olarak kullanılmıştır. Bu renkler derginin görsel kimliği haline gelmiştir. 1908 tarihli dergi sayfasında resimsel özellikler hakimdir. Diyagonal kompozisyon ve leke değerlerinin ustaca kullanımı ile öndeki figürün durgunluğuna ve düşüncenin yarattığı ağırlığa dikkat çekilmiştir. 1917 tarihinden itibaren kapakta imgeler beyaz zemin üzerine yerleştirilmiş olarak yer alır. Beyaz ve siyah karşıtlığının yarattığı denge ile beyaz alanın pozitif etkisi imgelerin etkili anlatımını güçlendirmiştir. Kompozisyon, hareket ve canlılık yaratmıştır.



Kaynak: <http://colliersmagazine.com/lightbox/cover-archive>

<http://www.conradfirst.net/view/periodical?id=55>

Resim 3. 3: Collier's, 1908 ve 1917 sayıları

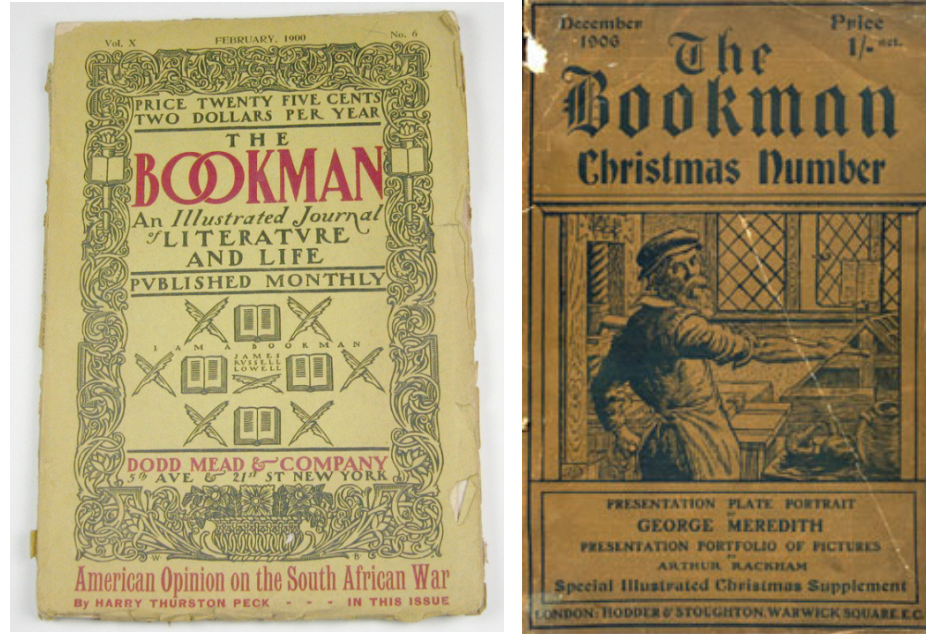


Kaynak: <http://en.wikipedia.org/wiki/Collier's>

Resim 3. 4: Collier's 2012, ilk sayısı

Dergi Şubat 2012 yılında tekrar yayım hayatına başlamıştır. Logo benzer karakterde, yatay bir kuşak üzerinde italik ve negatif olarak yer alır (Resim 3. 4.). Dergi logosu kullanılan karakterin bold ve harf espaslarının dar olması ile okunabilir olmaktan uzaklaşmaktadır. Kapak ta yer alan Amerikan bayrağı, kapak konusunu destekleyen görsel olmuştur.

The Bookman dergisi Amerika 'da 1895, Londra'da 1891 yılında yayına başlamıştır (Resim 3. 5.). Aylık yayınlanan dergi Amerika'da 1933, Londra'da ise 1934 yılına dek yayını sürdürmüştür. Amerikan edebiyatından kısa hikâyeler ve seri kurgular yayınlayan edebiyat dergisi, 1899 yılında ilk kez çok satan kitaplar listesini okurlarına duyurmuştur. Uzun bir süre çok satanlar kitaplar listesini yayınlayan dergi olma özelliğini korumuştur.

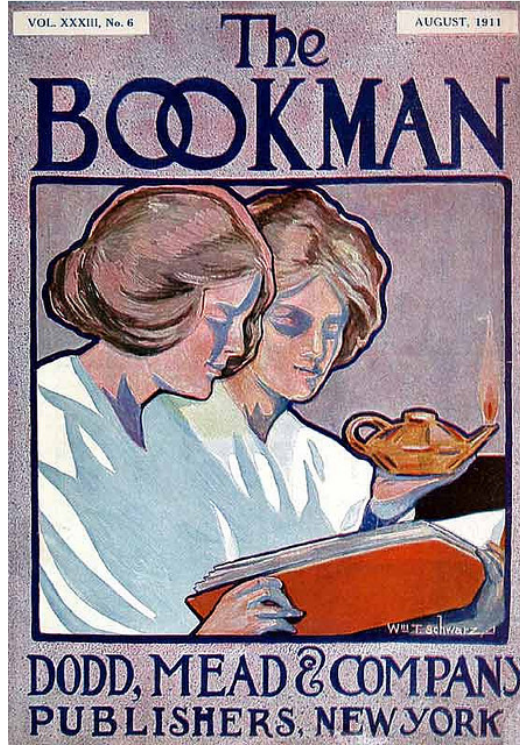


Kaynak: <http://www.newbury.com/ebay/Magazines/>

Resim 3. 5: The Bookman, Şubat 1900 ve Aralık 1906 sayısı.

Amerika'da basılan derginin Şubat 1900 sayısı, kapak tasarımında Art Nouveau akımı etkisi görülür. Bitkisel motiflerin hakim olduğu çerçevede, birbirine dolanmış kıvrımlı çizgiler görülürken, arkadan öne bağlantılarda düz çizgilerin sert açılı köşelere dönüştüğü görülür. Çerçevenin her iki yanından üst köşelere yakın mesafesinde bulunan, meşale ve kitap motifleri bitkisel bezeme içine kaynaştırılmıştır. Çerçeve ile tipografi arasında boşluk bırakılmamıştır. Kullanılan serifli yazı karakteri, satır aralarında kullanılan çizgi ve espas aralıkları tipografiyi rahatlatmaya yetmemiştir.

The Bookman dergisi Aralık 1906 tarihli İngiltere baskısının çıkardığı ek'in kapağında gravür baskı kullanılmıştır. Matbaa ortamının tasvir edildiği sayfada başlıklarda gotik ve serifli yazı karakteri kullanılmıştır. Dergi tipografisinde kullanılan süslü gotik yazı karakteri ile endüstri ürünü makinelerin kullanılması geçmişin el sanatları ile geleceğin birleştirilmeye çalışılması art nouveau etkisinin yansımasıdır. Derginin 1911 sayısında (Resim 3. 6.) lekesel teknikte çalışılan illüstrasyon, çerçeve ile sınırlandırılarak tipografiden ayrılmıştır. Zemin rengi ile tipografide kullanılan rengin uyumu, görseldeki beyaz ve kırmızının patlamasına neden olur. Sayfanın üst köşelerinde yer alan tarih ve sayı rahat okuma için zeminde açılan kutuya yerleştirilmiştir. Rahat okunuyor olmasına karşın ortada patlayan beyazın her iki yanda dağılımını sağlamıştır



Kaynak: <http://www.newbury.com/ebay/Magazines/>

Resim 3. 6: The Bookman, Ağustos 1911 sayısı.

1897 yılında yayın hayatına başlayan ve günümüzde de aynı isimle yayını sürdüren bir diğer dergi Saturday Evening Post dergisidir. Kapak tasarımlarında İllüstrasyonlar kullanılan dergi çok az değişikliğe uğrayarak uzun yıllar aynı logo ve kapak düzeni ile yayınlanmıştır. Açık renk zemin üzerinde yer alan İllüstratif çizimler iki renk hâkimiyeti ile çalışılmıştır. Derginin kapak tasarımına yeni bir tarz getiren tasarımcı Joseph Christian Leyendecker bitmemiş izlenimi veren illüstrasyonlara karşın arka fon da renk kullanarak kapakta daha vurucu bir etki yaratmaya çalışmıştır (Resim 3. 7.).

Cabinets and Cabinet Making—by Hon. Charles Emory Smith
**THE SATURDAY
EVENING POST**
An Illustrated Weekly Magazine
Founded A.D. 1728 by Benj. Franklin
Volume 174, No. 21 Philadelphia, February 11, 1902 Price One Dollar



The First Cabinet Meeting
THE CURTIS PUBLISHING COMPANY, Philadelphia



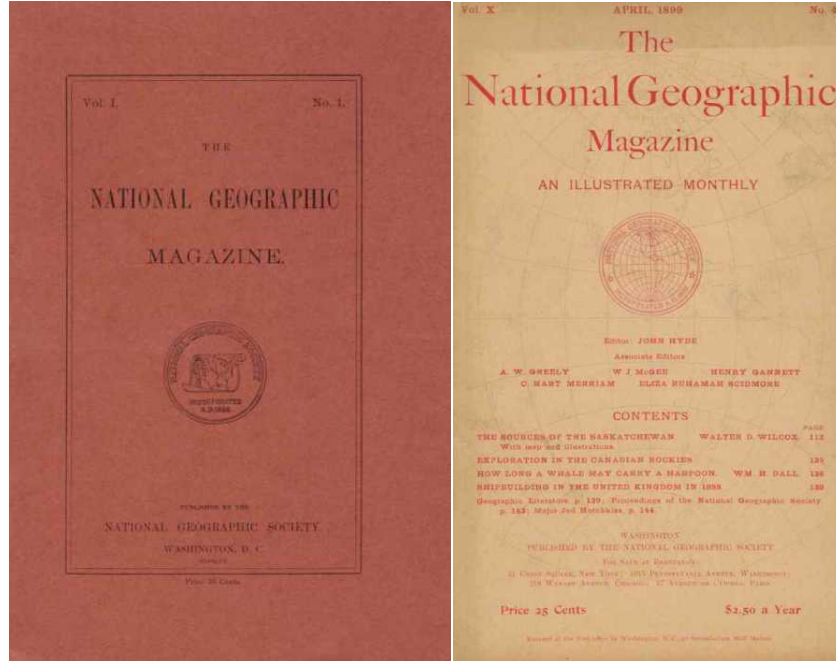
Kaynak: <http://www.saturdayeveningpost.com/current-issue>



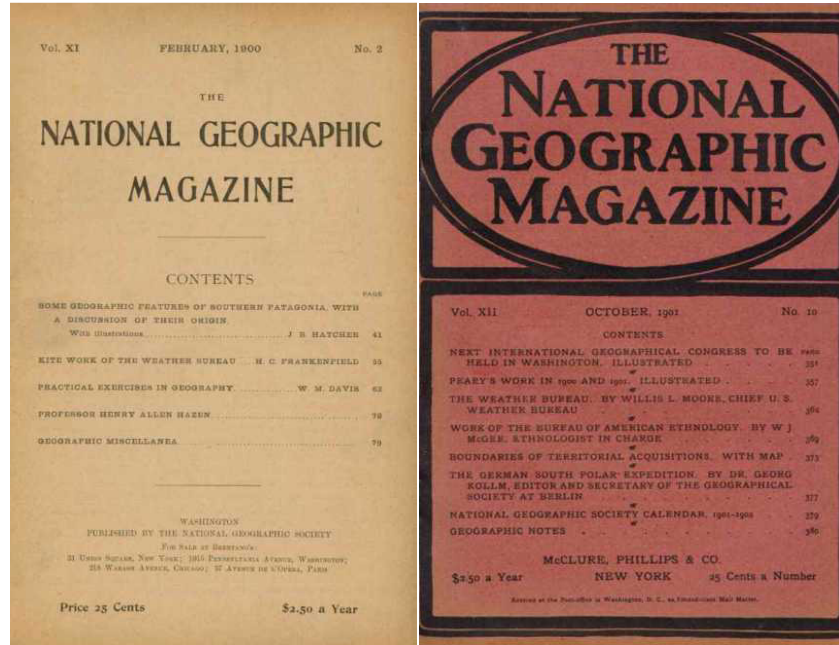
Kaynak: <http://www.saturdayeveningpost.com/sections/art-entertainment>

Resim 3. 7: The Saturday Evening Post 1902, 1924, 1941 -2014 sayıları

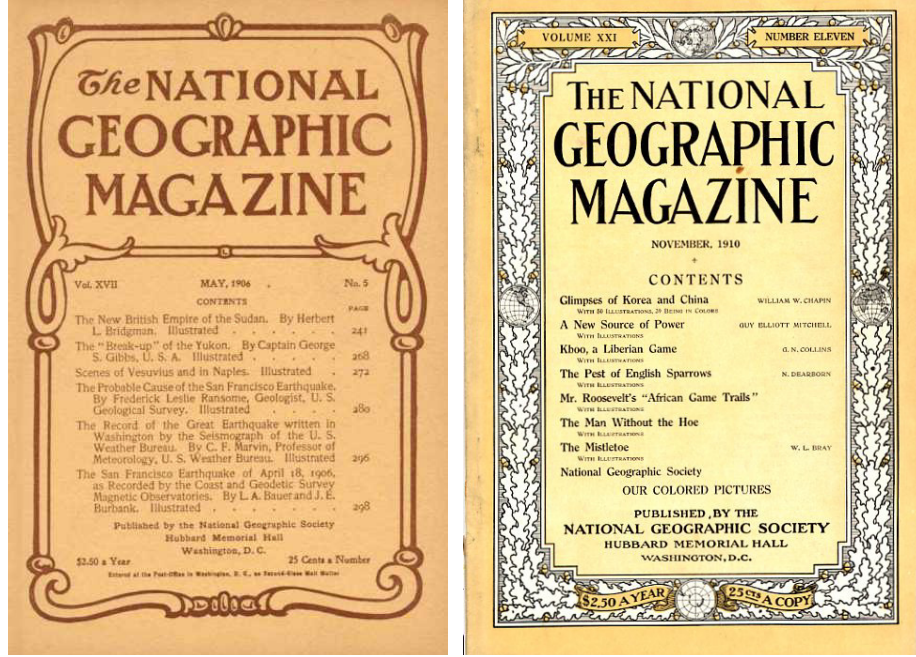
National Geographic Dergisi de günümüze dek tüm dünyada yayını sürdürebilen dergilerden biri olmuştur. Dergi 1888'de yayın hayatına başlamıştır. 19. Yüzyılda geçirdiği değişimin kapak tasarımına dokunuşlar olarak görmek mümkündür. Kapakta Logo tipografisinde takdir edilesi bir tutarlılık görölmektedir.



Kaynak: <http://www.coverbrowser.com/covers/national-geographic/4>
Resim 3. 8: National Geographic, Ekim 1888 ve Nisan 1899 sayıları.



Kaynak: <http://www.coverbrowser.com/covers/national-geographic/4>
Resim 3. 9: National Geographic, Şubat 1900 ve Ekim 1901 sayıları.



Kaynak: <http://www.coverbrowser.com/covers/national-geographic/4>

Resim 3.10: National Geographic, Mayıs 1906 ve Kasım 1910 sayısı.

Coğrafya, bilim, tarih, kültür, güncel olaylar hakkındaki yazılara yer veren dergi, sarı düz çerçevesi ile dikkat çekmiştir (Resim 3.10.). İlk kez 1910 yılında yayınlanan sayıda kullanılan bu çerçevenin içinde, meşe yaprakları ile bezeli bir çerçeve daha yer almaktadır.

Endüstri devriminin ardından kapitalist yapının toplum üzerindeki etkisini harabiyet olarak değerlendiren dönem sanatçıların, tepki olarak başlattıkları “Art and Crafts” hareketi, kendi estetik anlayışını yaratmıştır. Estetik ve işlevsellik temeline dayanan bu yeni anlayışla yeni yazı karakterlerinin tasarlanma süreci de başlamıştır.

“William Morris'in tasarım ve sanat alanında estetik ile işlevi birleştirmek, el sanatlarının endüstrinin şekillendirdiği bir dönem içerisinde kaybolmasını engellemek gibi amaçlar doğrultusunda gerçekleştirdiği üretiminin en yenilikçi yani kendisinin, geçmişi referans olarak kabul eden yeni, tekil bir "dil" önerisi getirmesidir. Art and Craft dönemi tipografisi de bu bağlamda şekillenmiştir. (DÜNDAR, 2005: 39).”

Estetik ve işlevsellik anlayışını benimseyen Art and Crafts hareketinin ardından, Rokoko döneminin doğayla yakınlaşan, zarif ve kıvrak bezemeci anlayışını benimseyerek ortaya çıkan Art Nouveau hareketi, geçmişten kopmadan gelecekle birliğin sağlanmasını amaçlamıştır. Bu dönemde dergi

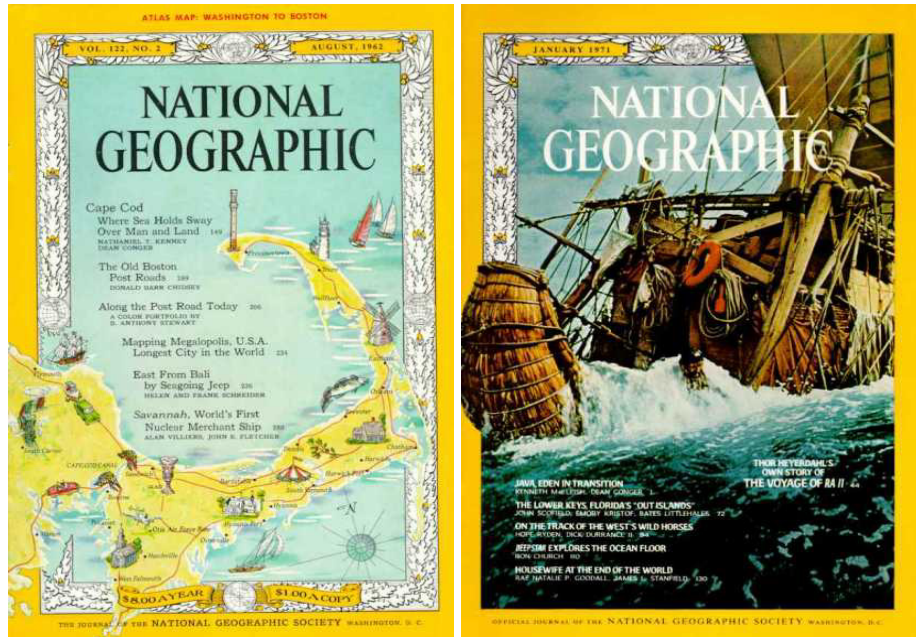
tasarımlarında Fransa’da gelişen dekoratif anlayışın hakim olduğu ‘Art Nouveau’ hareketinin etkileri görülür.

“Art Nouveau döneminin sözü edilen biçimsel anlayışını grafik ürününün bütününde yansıtabilmek için, tasarımcılar yalnızca yazı karakterini bu görsel kodlar doğrultusunda şekillendirmek ile yetinmemişler; kullanılan yazı karakterleri ve imgeler arasında da “akışkan” bir birlik sağlamaya çalışmışlardır (DÜNDAR,2005: 40)

Derginin ‘The National Geographic Magazine’ olan adı 1960’lı yıllarda ‘National Geographic’ olarak kullanılmaya başlanmıştır.

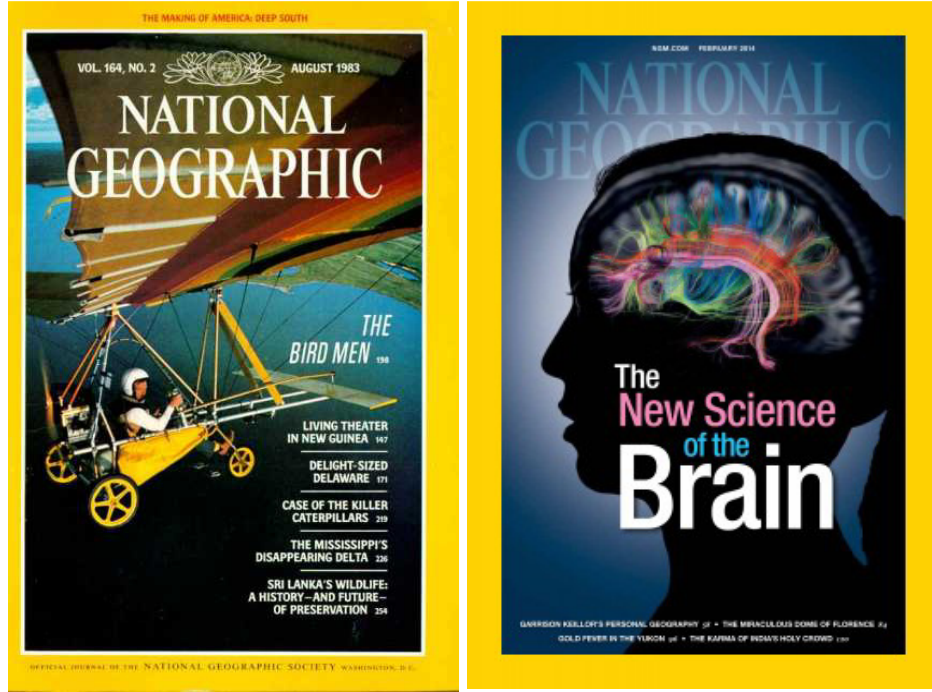
“Charles E.Riddiford gelişmiş fotomekanik tekniklerini kullanarak National Geographic’in logo tasarlaması için görevlendirildi. Bu gün dijital formatta kullanılan National Geographic logosu çekici ve okunaklı biçimde tasarlanmış oldu (VALDES,2012).”

Serifli yazı olarak tasarlanmış logoda harf genişlikleri ve espas yani iki harf arası boşluk düzeni ile okunabilirlik sağlanmıştır. Her harf kendi yapısal kurgusu ile dikkat çeker. 1960’lı yıllarda iç alan genişletilerek fotoğraf kullanılmaya başlanmıştır (Resim 3. 11).



Kaynak: <http://www.coverbrowser.com/covers/national-geographic/4>
Resim 3. 11: National Geographic, 1962 ve 1971 sayısı.

1960'lı yılların sonunda fotoğraf için sınırlayıcı bir unsur olarak kalan meşe yapraklı çerçeve fotoğrafın leke değerlerine göre bazen köşelerde, bazen de üstte ve iki yandan aşağı uzanan ve sayfanın ortalarında bitecek şekilde kullanılmıştır



Kaynak: <http://www.coverbrowser.com/covers/national-geographic/4>

Resim 3. 12: National Geographic, 1983 ve 2014 sayısı.

1980'li yıllarda meşe yapraklı çerçeve tamamen kaldırılrsa da onu anımsatan bir unsur olarak çerçevenin üst orta bölümünde yer alan dünya ve her iki yanındaki iri yapraklı çiçek motifi, çizgisel olarak yerinde bırakılmıştır (Resim 3. 12.). Eylül 2000 tarihinden itibaren ayrıntılar tamamen kaldırılarak günümüzde de kullanılan düz sarı çerçeve, derginin görsel kimliğini oluşturmuştur. Dergi logosu büyüyerek sayfanın üçte birini kaplamaktadır. 20. yüzyıl başlarında sanattaki değişim isteği modernizmin başlamasını sağlamıştır. 19.yüzyıl ortalarında başlayarak süregelen değişim rüzgârı gelenekçi sanatçılarla yenilikçi sanatçılar arasındaki mücadelenin yönünü değiştirmiştir. Yenilikçilerin tarihsel geçmiş üzerine kurguladıkları bu yapı modern görsel anlatım özgürlüğünün başlangıcı olmuştur.

1909'da İtalya'da başlayan fütürizm plastik durgunluğa son vererek, dinamizmi sembolleştirme hareketidir. Hareketin şiirsel ritminin yakalanmaya

çalışıldığı bu dönem serifsiz yazının yaygınlıkla kullanılmaya başlandığı bir dönem olmuştur. Fütüristler sayfa içinde hızı, hareketi kısacası dinamizmi anlatmak ve görsel anlatımı güçlendirmek için tipografinin anlatım olanaklarından yararlanmışlardır (Resim 3. 13).



Kaynak:<http://thedaydreamfactory.blogspot.com.tr/2010/03/ft- marinetti.html>

Resim 3. 13: Marinetti Tipografik Çalışması.

Geçmişin geleneksel tasarımlarını tamamen reddederek yeni bir tasarım anlayışı kurgulamaya soyunan fütüristler dönemin siyasi akımını benimsemiş olmaları nedeniyle, çıkış noktası İtalya'da tarihsel önemi ile anılmamaktadır. Sayfa düzeninde geleneksel den uzak ama belli bir ölçü ve düzene bağlı olmadan kompozisyon kurgulamışlardır. Harfleri tasarımın görsel malzemesi, haline getirip lekesele değerleri ile kullanmışlardır. Yenilik her şeydir, düşüncesi ile hareket eden fütüristler Dadaizm'i etkileyen yeniliklere imza atmışlardır.



Kaynak: <http://guity-novin.blogspot.com/2011/08/chapter-44-italian-futurist-visual>.

Resim 3. 14: Noi, Haziran 1917 sayısı.

Noi dergisinin Haziran 1917'de yayınlanan kapak tasarımında Dadaizm'in grafik tasarım fikirleri ile fütürist etkileri kübist bir anlayışla kaynaştığı yenilikçi bir tarz görülür (Resim 3.12.). Metinlerin gramer yapılarını bozma eğilimindeki Fütüristleri, biçimi anlam kaygısından kurtarmayı amaçlayan Dadaistler izledi. Tipografi ile imgeciliği ilişkilendiren Dadaistlerin resimlerinde kullanılan metinlerde anlam aranması doğaldır, ancak onlar artık dilsel değil görseldi. Farklı yazı karakterleri yatay veya dikey olarak, farklı boyutlarda ve imgelerle ilk kez kullanılıyordu. Tipografiyi görsel dilin zenginleşmesi için kullanan Dadaistler eserlerindeki font çalışmaları ile tipografiye yeni bir boyut getirmişlerdir (Resim 3. 15).



Kaynak: http://longhousepoetryandpublishers.blogspot.com.tr/2012_09_27_archive.html
Resim 3. 15: Kurt Schwitters, ABCD (1928).



Kaynak: <http://www.allposters.com/-sp/Beat-the-Whites-with-the-Red-Wedge-1919->
Resim 3. 16: El Lissitzky,

Fütüristler ve özellikle Dadaistler tipografiyi kompozisyon içinde ritmik dengeyi sağlayacak hiyerarşiyle yaratıcı biçimde kullanmışlardır. Çağdaş grafik sanatının gelişiminde payı olan sanatçılardan biri olan El Lissitzky, yapısalcı anlayışla tipografiyi kullanmıştır (Resim 3. 16).



Kaynak: <http://www.designers-books.com/broom/attachment/941/>
<http://blogs.guggenheim.org/findings/broom-international-magazine-arts/>

Resim 3. 17: Broom dergisi.

Tasarımdaki yaratıcı kurguların oluşmasına temel olan konstrüktivizm ve De-Stijl hareketi aynı zamanda temel tasarım anlayışının referansı olmuştur. Bu tasarımlarda gördüklerimiz tasarım ilkelerinin birer tanımı niteliğindedir. Bütünlüğün içinde zıtlığın yarattığı denge ile vurgulanmış kelimeler okunabilirliği zorluyor olsa da, bizi tıpkı bulmaca çözer gibi eğlenceli bir yolculuğa götürüyor. 1920'de basım hayatına atılan bu dergi kısa ömürlü olmuştur. 1923 tarihli dergi kapakları tipografisin de Lissitzky etkisi görülür. Tipografiye figüratif özellik katarak, işlevselliğini de göz ardı etmeden tasarlayan tasarımcı az renkle, hareket dengesini kurma becerisi göstermiştir (Resim 3.17).



Kaynak:<http://mbitter.files.wordpress.com/2009/12/broom.jpg>,
<http://keepfeeling.wordpress.com/2009/01/17/perfectly-antiquated/>
Resim 3. 18: Broom Dergisi.

Sürekli yayınların biçimsel sorunsalı, bilgilendirme işlevinden daha öncelikli ele alınmaya başladığında tipografi önem kazanmıştır. Geleneksel tipografi ve dekoratif üslup dönemi 1925-1935 yıllarında Yeni Tipografi yaklaşımı ile yeniden biçimlendiği bir sürece girmiştir.

“ 1925-1935 yılları arasında yayınladığı manifesto niteliğindeki makale ve kitaplarla Yeni Tipografi düşüncesini kuramsal bir boyuta taşıyan Tschichold, bu hareketin uluslararası alanda yaygınlaşmasını da sağlamıştı (BECER, 2007: 236).”

“Tschichold, makalesini Çek tasarımcı Karel Teige'nin (1900-1951) Yeni tipografi hareketini öznlü cümlelerle tanımlayan şu satırlarıyla bitiriyordu: Akademizme karşı özgürlük... Yazı karakterlerinin 'ruhunu anlamak ve her tipografik karakteri metnin yapısına uygun olarak kullanmak... Metnin ve yüzeyin geometrik ilkeler doğrultusunda ve armonik olarak düzenlenmesi... Modern soyut sanattan esinlenen Yeni Tipografi düşüncesi bilinçli bir estetik yapı içeriyor; her çalışma biçim uğruna içeriğin feda edilmediği, işlevsel bir amaca yöneliyordu. Yeni Tipografi öncülerine göre; biçim, kavramsal düşüncüyü somutlaştıran bir unsur olarak görülmemeli, sadece çalışmanın bir sonucu olarak değerlendirilmeliydi (BECER, 2007: 236).”

Asimetrik kompozisyonun getirdiği canlılık, kontrast renklerin hareketi ve değişen toplumun dinamizminin yansıtıldığı yeni dönem tasarımın doğuşu olmuştur.

“20'inci yüzyılın ilk iki çeyreğinde Ekspresyonizm, Kübizm, Fütürizm, Dadaizm, Konstrüktivizm, Suprematizm*, De Stijl, Art Deco ve Yeni Tipografi gibi sanat/tasarım hareketleri ve Bauhaus mimarlık okulunun ilkeleri doğrultusunda grafik tasarım alanında radikal gelişmeler yaşanırken 1938'lerde Nazizm, Avrupa'da terör estirmektedir. 1933'te Hitler, dejenere olduğunu düşündüğü Bauhaus mimarlık okulunu kapatmış ve Josef Albers, Walter Gropius, Herbert Bayer, Laszlo Moholy-Nagy ve Marcel Breuer gibi eğitimciler, Almanya'dan diğer güvenli yerlere göç etmek zorunda kalmışlardır (ÖZTUNA,2009).

Bunlardan biri de Mehmet Fehmi Ağa idi. Türk kökenli, Ukrayna doğumlu olması altı dili akıcı konuşması ve farklı kültürleri tanınması ona yeni ufuklar açmıştı. Alman Vogue dergisinde çalışan, modern tasarım eğitimi alan ilk sanat yönetmeniydi (Resim 3.19).



Kaynak:http://www.condenaststore.com/-st/Vogue- Magazine-Covers- Prints_c146182_p7_.htm

Resim 3. 19: Vanity Fair, 1929 Mehmet Fehmi Ağa Tasarımı,

* Salt geometrik soyutlamaya dayanan, anlamına gelen hareket; başlatan Rus sanatçı, Malevich Kazimir'dir. <http://www.kazimir-malevich.org/biography.html>

Amerika'da Vanity Fair ve House &Garden dergilerinin tasarımlarını üstlenmesi her iki derginin durağan yapısına dinamizm getirmişti. Bu dinamizmin kaynağı olan yenilikçi tasarım ilkelerini H. Yakup Öztuna, Grafik tasarım dergisinin 29. Sayısında şöyle anlatıyor. Bu yenilikçi ilkeler, beyaz alanın hâkimiyetini, alışılmadık (geleneklere uymayan) geniş kenar boşluklarını, tırnaksız (sans serif) yazı tipini ve basılı sayfanın grafik çarpıcılığını yükseltmek adına kesilen ve çerçevelenen fotoğraflar içermektedir. Öztuna şöyle diyor. Her düzeyde sanat yönetmeninin katılımcı rolüne dikkat çekmiş; bir derginin görsel söyleminin, sanat yönetmeninin gerçekten bağımsız hareket etmemesi gerektiğine inanmıştır. Ağa'ya göre görsel söylem, editoryal sürecin tamamlayıcı bir işleviydi. Ağa sanat yönetmenliğinin katılmış kavramlarını parçalamış, düzeyini yükseltmiş ve genişletmiştir. Tasarım bundan sonra dekoratif ya da mekanik ustalık sayılmamış, modern yayıncılığın organik işlevi gibi görülmüştür.



Kaynak:http://www.condenaststore.com/-sp/Vogue-Cover-June-1940-Prints_i8487560_.htm

Resim 3. 20: Vogue, Ağustos 1940 sayısı.

Ağa, resim fotoğraf ve tipografi uzmanı idi. Amerika'ya göç eden tasarımcılar Avrupa modernizmini yeni formlar da ekleyerek cesur yenilikçi tarzları ile grafik tasarım geleneğini kökünden sarsarak bugünün temellerini atmışlardır. Yüksek kaliteli fotoğraflar, yenilikçi tasarım anlayışıyla farklı çekim teknikleri ile kullanılmıştır (Resim 3.20). Gerek Vogue 'da gerekse Vanity Fair dergisi sanat yönetmeni iken dergi tasarımına, fotoğraf ya da illüstrasyonların tipografi ile etkileşiminden doğan dengeye dayalı yapısalcı tasarım anlayışını geliştirmiştir. Özellikle Vanity Fair dergisinin tipografisinde yapmak istediği değişikliği, Paul Renner'in Futura yazı karakteri ile gerçekleştirmiştir. Pozitif alan kullanımının yeniden tasarlanmasında Bauhaus etkileri görülürken, farklı tipografik arayışlara girdiği gözlenen tasarımcının deneysel tipografiye kapı araladığı söylenebilir.

3.3. Kurumsal Kimlik ve Aidiyet

“Kimlik; herhangi bir nesneyi belirlemeye yarayan, onu türdeşlerinden ayıran özelliklerin bütünüdür. Eğer bir kimliğiniz yoksa siz de tüketici gözünde yoksunuz demektir. Bir kurumun kendisini temsil etme biçimlerinin bütünü, o kurumun kimliğini oluşturur. Kurumun kendisini temsil ederken nasıl algılanacağına yön veren aktivitelerin bütünü ise kurumsal kimlik süreci olarak tanımlanmaktadır (ÖZTÜRK, 2006:2).”

Logo, grafik, renk, fotoğraf ve tipografi gibi tasarım unsurlarını bir düzen içinde yerleştirmek derginin sayfa düzenini oluşturur. Bu oluşumu gerçekleştirirken tasarımcının problemi öncelikle okurun ilgisini çekebilmek ve fark edilebilir, ayırt edilebilir özelliği ile bu ilginin sürekliliğidir.

“Elindeki içeriğe nasıl bir görsel tonaj, ciddiyet, samimiyet, inandırıcılık ve tarz vereceğine karar verir. Çoğu kez okunabilirlik ve görsel algılanabilme gibi tipografinin pragmatik işlevleri göz önünde olsa da, aslında tipografi tasarıma kimlik kazandıran önemli bir tasarım elemanıdır (UÇAR, 2004;106).”

Okurun görsel belleğinde edindiği yer o derginin sunduğu görsel malzemenin gücü demektir. Yayın politikası, felsefesi, kurum kültürü, imajı bu gücün arkasındaki yapısal unsurlardır.

Vogue dergisi 1892 yılında Amerika’da yayınına başlamıştır.⁷ İlk yayınlandığı yıllardan itibaren içeriğinde ve tasarımında çok fazla değişiklik olmasına karşın moda kültürünü yaygınlaştıran en önemli kadın dergilerinden biri olarak dergi tarihinde yerini almıştır. İlk sayının kapak tasarımı incelendiğinde ilk dikkati çeken tasarım unsuru logo olmaktadır. Tasarımda logonun her iki yanında oturan kadın figürleri arka fondaki karmaşa içinde zor seçilirken, kıvrımlı kâğıt zeminle beraber, kuşak etkisi yaratmıştır. Sayfanın ortasında yer alan kadın figürünün üstteki kuşaktan kopuk kaldığı görülür. Sayfanın bütününde beyaz alanın oldukça fazla bırakılması sayfaya bitmemiş izlenimi verir. (Resim 3.21).



Kaynak: http://www.condenaststore.com/-st/Vogue-Magazine-Illustrations-Prints_c146196,

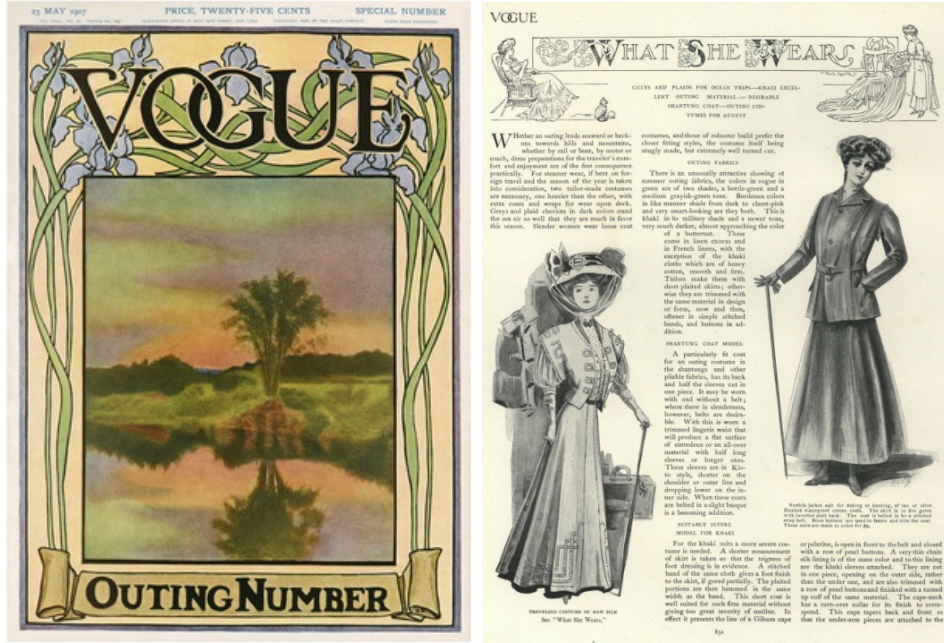
Resim 3. 21: Vogue, 17 Aralık 1892 (İlk Sayı), Mart 2014 tarihli sayılar.

Derginin ilk sayısı ile bu günkü logonun benzerliği yüz yıldır yaşadığı değişimin mükemmel yansıması gibidir Sayfa tasarımında beyaz alan anlayışının değiştiği, tipografinin sayfanın her alanına dağıldığı, tipografide hiyerarşinin mükemmel kullanıldığı, fotoğraf ve tipografinin güç birliği içinde sunulduğu 2014 Mart sayısı, kapak tasarımının geldiği noktayı görmemizi sağlar. Kapaktaki fotoğrafın baş kısmının “g” harfi yerine yerleştirilmesi ilk

⁷ Caroline Weber. 2006

<http://www.nytimes.com/2006/12/03/books/Weber2.t.html?ei=5070&en>

kez temmuz 1931 tarihli sayısında denenmiştir. Ancak “g” harfinin sayfada kalmasındaki ısrarla pek başarılı olamamış, sonraki sayılarda bu tasarımdan vazgeçilmiştir. Günümüzde bu tasarım derginin kimlik oluşturmasında en önemli etkenlerden biri olarak yer almaktadır. Dergi logosunun zarif ve aynı zamanda etkili duruşu, serifli yazı stili uygulamasından kaynaklanmaktadır.



Kaynak: http://www.condenaststore.com/-st/Vogue-Magazine-Illustrations-Prints_c146196
Resim 3. 22: Vogue, Mayıs 1907 Tarihli sayı.

Vogue dergisi tasarım tarihine ışık tutacak aşamalar kaydetmiştir. Dergi tasarımlarına sanatsal değişimlerin yansıdığı görülür. 1907 tarihli dergide Art Nouveau etkileri görülür (Resim 3. 22). Bitki motifleri ve çiçeklerin zemin oluşturduğu logoda iç içe geçmiş dekoratif harfler vardır. Tipografinin ilk ve son harflerinde tırnaklar uzatılarak yuvarlak kıvrımlar oluşturulmuştur. Logonun alt kısmında açılan pencere içinde yer alan fotoğraf, çerçeve dışındaki dekoratif düzenleme ile uyum içindedir. Renk bütünlüğü sağlanan sayfa tasarımı her haliyle özel bir sayıdır. İç sayfalardaki sayfa tasarımlarının kapaktaki dekoratif bitkisel bezemelerle örtüştüğü görülür. İç sayfalarda başlık tipografilerinde dekoratif unsurlar oldukça yoğun kullanılmıştır. Başlığın her iki yanında içeriğe uygun figür çizimlerinde kadının, ev kadını, anne ve çalışan kadın imajı yansıtılmıştır. Kadın figürleri, hem leke değeri hem de boyut olarak ön planda ve sayfada ilk dikkati çeken unsurlardır.



Kaynak: http://www.condenaststore.com/-st/Vogue-Magazine-Illustrations-Prints_c146196

Resim 3. 23: Vogue, Temmuz 1926, Temmuz 1931, Tarihli sayılar.

Vogue dergisi Temmuz 1926 tasarımında, Fransa'da 1920'lerde başlayan Art deko etkileri görülür (Resim 3.23). Arka planda görülen geometrik düzenleme ve kullanılan kontrast renklerin yarattığı sertlik aradan çıkan sans serif yazı biçimi ile kaynaşmıştır. Logo tipografisinde kullanılan beyaz aydınlık etkisi yaratmıştır. Tipografide ve tasarımın bütününde yer alan dairesel formlar biçimsel sertliğin dengelenmesini sağlamıştır. Tasarımda modern dünyanın kadın imajı çizilmiş, kısa saç kadının modern seçimi olarak sunulmuştur. Temmuz 1931 sayısı, mesajın alıcıya ulaşmasını zorlaştıran düzenleme ile yayınlanmıştır. Tarih ve sayı bilgilerinin deniz kabuğunun sağ tarafındaki koyu zemine bloklanması, sayfanın dengesinde negatif etki yaratmıştır. Logo tipografisinde, bu gün kullanılan 'G' harfi yerine fotoğraftaki modellerin başlarının yerleştirilmesi ilk kez kullanılmıştır. Tasarımda kullanılan görsel unsurların anlam algısına katkısı oldukça yüksektir.

1941'den sonra Vogue dergisi, tasarımcı Alexander Liberman ile tanışmıştır. *Alman işgali ile Fransa'dan ayrılarak Amerika'ya yerleşen tasarımcı Vogue dergisinin sanat yönetmeni olmuştur. Çağdaş kültürün rafine insanı*⁸ olarak tanımlanan tasarımcı dergiye yeni bir soluk getirmiştir. Nisan 1944 sayısı

⁸Vince Aletti, 2013, Alexander Liberman: A Definitively Modern Man, <http://www.newyorker.com/books/page-turner/alexander-liberman-a-definitively-modern-man>

Ressam Salvador Dali tasarımı ile yayınlanmıştır. Sürrealist bir anlayışla tasarlanan sayfa, tipografi ile bütünlük içinde ele alınmış, harf tasarımları da Dali tarafından biçimlendirilmiştir (Resim 3.24).



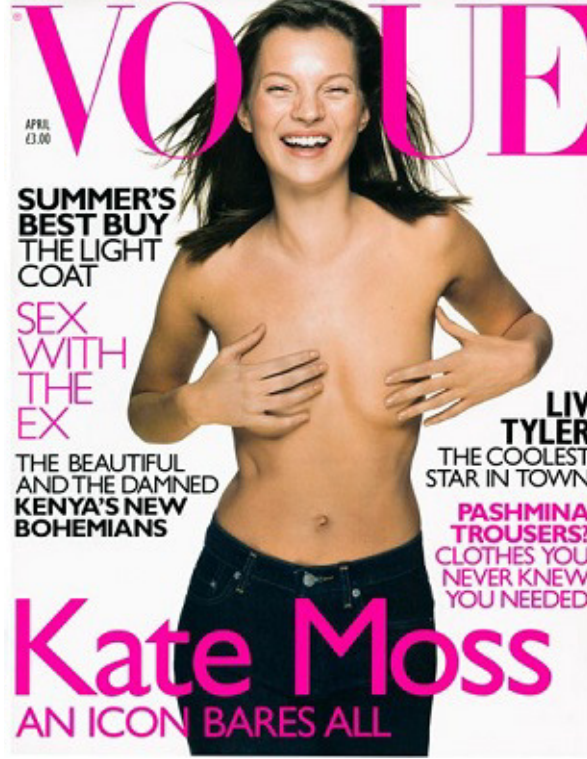
Kaynak: http://www.condenaststore.com/-st/Vogue-Magazine-Illustrations-Prints_c14619

Resim 3. 24: Vogue, Nisan 1944 (Salvador Dali), Mayıs 1945 sayılar.

Dergi logosunun ikonik bir statü kazanması, tasarımcılara tanınan özgürlüğü getirmektedir. Dergi tasarımcıları, tipografi ve fotoğrafı etkileşim içinde kullanarak, sayfada formlar arasında devamlığı sağlamış, adeta sayfaya çizilen konturları kaldırmıştır

“Örneğin Vogue’deki “g” nin yerini Kate Moss’un yüzü almakta ancak buna rağmen Dergi kesinlikle Vogue’yi andırmaktadır (FOGES 1999:20)” (Resim 3.25.).

Bu özellik Vogue dergisinde görsel kimlik özelliği olarak günümüzde de kullanılmaktadır. Bu eksilmeyi değil tam aksine tamamlanmayı ifade etmektedir. Aynı zamanda kapakta fotoğrafı bulunan kişiyle güçlerin birleştirildiği etkisi verilmektedir. Kapak konuları tipografi renkleri ile Logo rengi sayfanın tamamında bir ritim yaratmıştır. Sayfada tekdüzeliği bozan tipografide hiyerarşi ve harflerin light ya da bold kullanılmasıdır.



Kaynak: <http://flair360fashion.wordpress.com/tag/kate-moss-vogue-cover/>

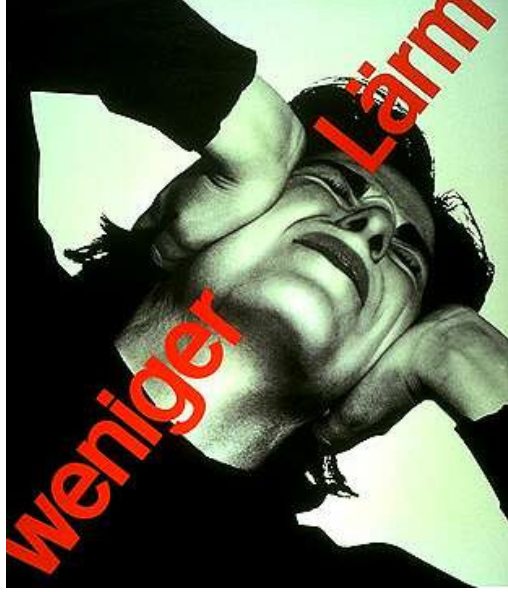
Resim 3. 25: Vogue dergisi.

“Kate Moss” ismi büyük punto ile, koyu zeminin patlatma etkisinden yararlanılmış, üstteki renkle alt bölümle de bir bağ oluşturularak kapakta bütünlük sağlanmıştır. Derginin dijital ortamda basılması tipografide daha çeşitli karakter ve fontların kolaylıkla kullanılmasını sağlamıştır.

20. yüzyıl tipografinin düşünsel temellerinin yeniden yapılandırıldığı bir dönem olmuştur. Tipografi, tasarım anlayışı içinde bir duruş olarak ele alınmaya başlanmıştır. 1. Dünya savaşı sonrası Amerikan ekonomisindeki gelişmeyle reklam ve ambalaj ihtiyacı doğmuştu. Bu ihtiyaç Bauhaus ekolünden olup Avrupa’dan göç eden tasarımcılar eliyle giderilmişti. Bu tasarımcılar ile oluşan yeni hareketin etkileri 1960 sonrası olgunlaşmıştı. 1950’lerde ortaya çıkan İsviçre stil ‘de Tipografik unsurlar üzerinde güçlü, düzenli ve birleşik bir yapı oluşturmak için matematiksel ızgara kullanımı ile işaretlenmiş olarak görülür hale gelmiştir. Sans Serif yazı karakterleri ile genel izlenim basit ve uyumlu olmuştur. Ritim ve tempo gibi görsel tasarım öğeleri

tasarıma taşınmış, savaş sonrası oluşan pazar yeni stilin yaygınlaşması için uygun bir ortam olmuştur. Uluslararası tipografik stil hızla yayılmıştır.

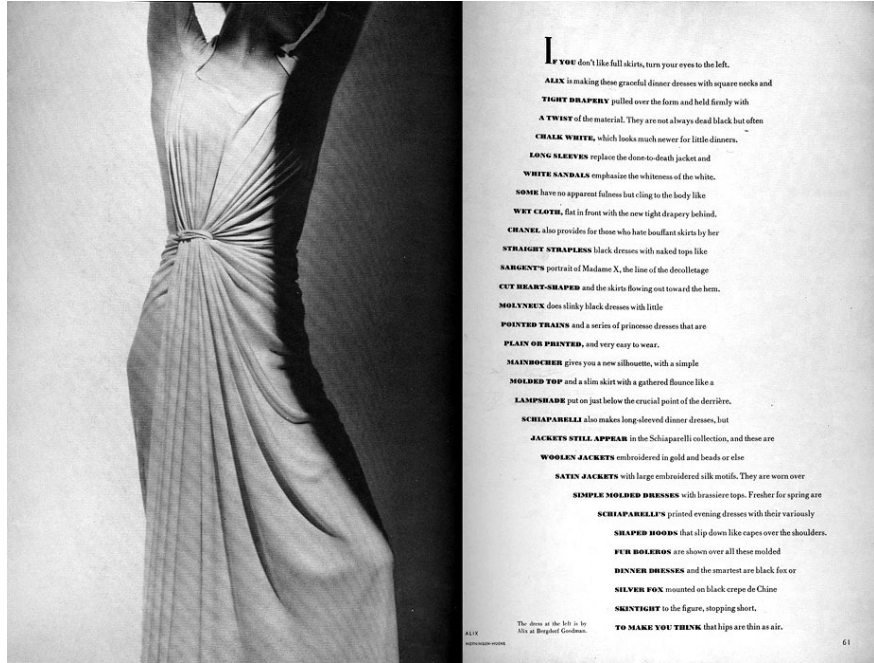
İsviçre stili en iyi uygulayan, fotoğrafı tipografiyi ustaca birleştirerek, bir sembole yaptığı çağrışımla anlatımını sağlamlaştıran grafik tasarımcı Joseph Muller-Brockmann olmuştur. 1960 yılında yaptığı bir konser afişinde kullandığı İsviçre stil özelliği halen günümüzde de ilgi çeken geometriksel ızgara olma özelliğini korur (Resim 3.26.). Müziği görselleştirdiği bu afişte, tipografi ve fotoğraf asimetrik sayfa düzeni içinde zıtlığı göstermiştir. Ustaca ama basit bir anlatım onun tarzı olmuştur. İsviçre stilinde matematiksel grid sistemi ile fotoğraf ve yazının alanı kadar, beyaz alan da önem kazanmaktadır. Sans serif yazı kullanımı mesajın kısa zamanda iletilmesini amaçlamaktadır.



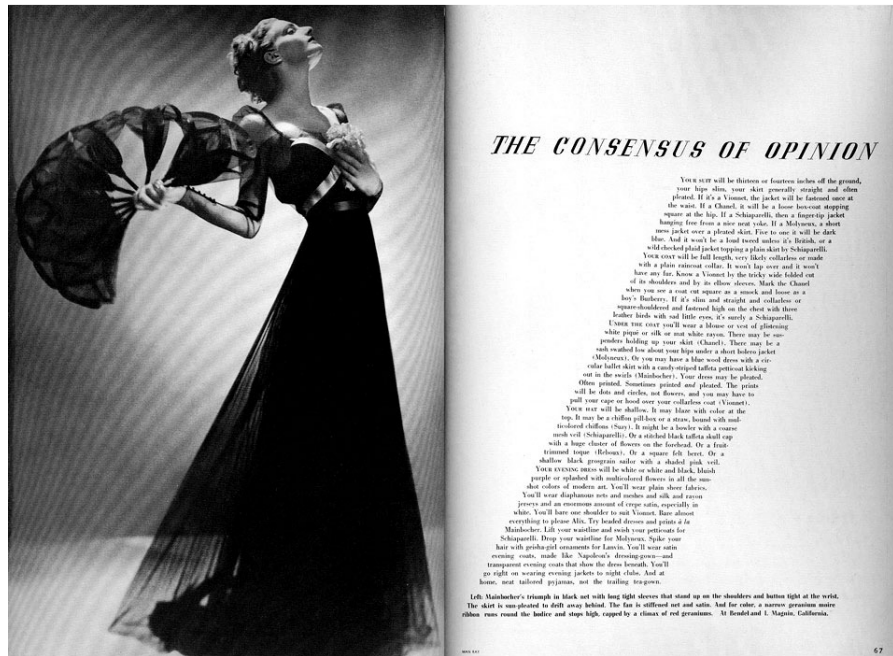
Kaynak: <http://swissgraphicdesign.blogspot.com.tr/>

Resim 3.26: Joseph Muller-Brockmann konser afişi.

20. Yüzyıl başında önce Amerika’da sonra Paris’te çalışan Rus göçmen grafik tasarımcı Alexey Brodowitch yeni stil oluşturma da dışavurumcu tarzın öncüsü olmuştur. “Harper Bazaar” için sanat editörlüğü yapan tasarımcı, Salvador Dali, Henri Cartier-Bresson, Man Ray gibi sanatçı ve fotoğrafçılardan etkilendi. Brodowich’e göre iyi bir tasarımcı için formül yoktur. Tasarımlarda kontrast duygu değişimi olmalı ve iyi fotoğraf da basit olmalıydı.



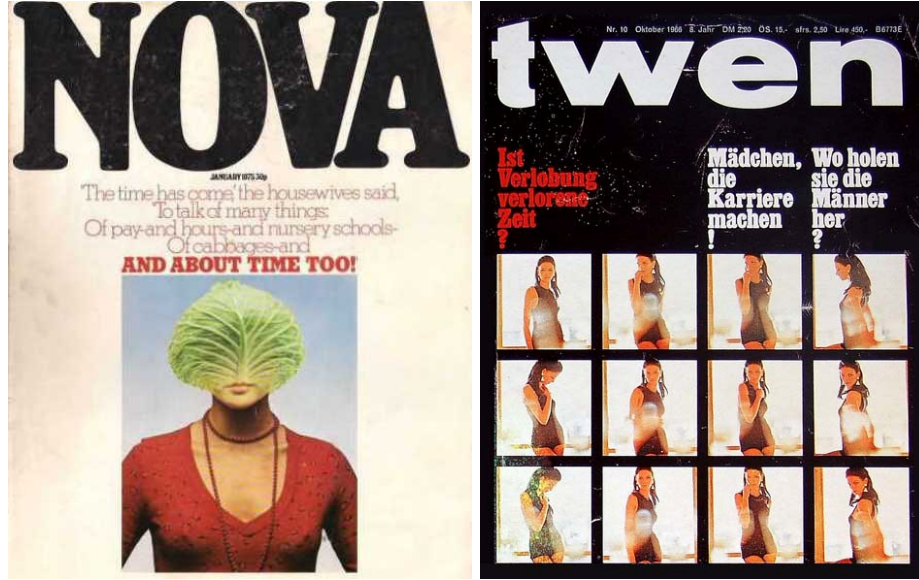
Kaynak: <http://www.smashingmagazine.com/2009/07/17/lessons-from-swiss-style-graphic-design/>
Resim 3. 27: Harper Bazaar, Brodowich sayfa tasarımı.



Kaynak: <http://www.smashingmagazine.com/2009/07/17/lessons-from-swiss-style-graphic-design/>
Resim 3. 28: Harper Bazaar, Brodowich sayfa tasarımı.

Brodowich'in sayfa tasarımında sütunların farklı ritmik düzenlemeler halinde yerleştirilmesiyle sayfanın bütününde gözlenen farklı algısal çağrışımlar gözlenmektedir (Resim 3.27) Tasarımcı, aynı zamanda karşılıklı sayfaların uyumunu da göz ardı etmemiştir (Resim 3.28).

Dergiler günümüz dünyasında insan yaşamlarının önemli bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. İçerikleriyle yada tarzları ile okuyucu sevdiği konulara karşı dergilerle duygusal bir bağ kurar. Ancak yinede bazı dergiler yaşamaya devam ederken bazıları kısa bir süre piyasada kalıp sonra kaybolup giderler. Kaybolup gitseler de bazı dergiler dönemlerinin yaşayan tanıkları gibidirler.



Kaynak:<https://thingsweveeseen.wordpress.com/tag/novamagazine/>,<http://www.tipografos.net/magazines/twen.html>

Resim 3. 29: Nova, Ocak 1974 ve Tween, Ekim 1966 sayıları.

“ emsalsiz nitelikte olan koyu renklerin egemen olduğu Nova ve Tween adlı 1960’lı yıllarda çıkarılan dergilerdir (FOGES, 1999: 13).”

Twen dergisi normal boyuttaki bir dergi kapağında hiç yapılmamış bir tasarım denedi. Fotoğrafları bir sütun genişliğindeki ızgaralara yerleştirdi. İsviçre stili tarzı bu yerleştirme, fotoğrafların tek tek fark edilirlği olmasa da üstteki tipografi ile ritmik sıçramalar yaratarak farklı bir çekicilik yaratmıştır. (Resim 3.29)

“David Carson’un Ray Gun isimli dergisinin 1990’lı yıllarda ortaya çıkmasıyla birlikte dergiler sadece sayfalarında dönemin olaylarını kaydetmemiş aynı zamanda tasarımları itibariyle görsel, estetik zenginlikleri de bünyelerinde barındırmıştır (FOGES, 1999: 13).”

Post modern dönemden etkilenen David Carson 90'lı yıllardan itibaren tasarım dünyasına damgasını vurmuş yenilikçi bir tasarımcıdır. Ray Gun dergisi için kurumsal kimlik oluşturma konusunda gelenekselin dışında diyebileceğimiz yaklaşımlarla çalışmıştır. David Carson'ın Ray Gun için yaptığı deneysel tipografi olarak değerlendirilse de, devrimci yaklaşımı okurlar tarafından benimsenmiştir (Resim 3.20). Modern çağın en etkili tasarımcısı olan Carson özgün tipografisi ile dikkat çekmektedir.



Kaynak:<http://www.chris-ashworth.com/ray-gun-publish/ray-gun-magazine-covers/>
Resim 3.30: Ray Gun, kapak örneği

Ray Gun yenilikçi tipografik tasarımı ile genel toplum kitlesine yönelik değildir. Semboller, simgeler ve resimsel gösterenlerin mesaj iletimine katkıda bulunması tasarımın içine taşınmasına bağlıdır. Ray Gun tasarımlarında bu özellikleri görmek mümkündür. Alfa nümerik* gösterenler dergi tasarımlarında kullanılır.

“...Esquire dergisinin dergi logosu 1950’li ve 1960’lı yıllardan itibaren önemli ölçüde değiştirilerek yeniden çizilmiş olmasına rağmen karakteri korunmuştur (FOGES, 1999).” (Resim:3.31)



Kaynak:<http://loboandco.wordpress.com/2013/06/08/design-crush-esquire-covers/>

Resim 3.31: Esquire, Ağustos 2011 sayısı.

*Alfa nümerik: Harf ve Rakamları içeren dizi.



Kaynak: <http://www.chris-ashworth.com/ray-gun-publish/blah-blah-blah-magazine-covers/>
Resim 3. 32: Blah Blah Blah dergi kapakları.

Logonun kapital harflerden oluşması ve sans serif yazı karakteri hiç değişmemiştir (Resim:3.32.). Dergi okuyucusuna diğer dergiler arasındaki farkı açıkça algılatmaktadır.

“Ray-Gun isimli dergiden etkilenen Blah Blah Blah her sayıda dergi logosunu değiştirmiş olmasına rağmen tasarımın bizzat kendisine atfedilen özellikler nedeniyle yine belirgin bir şekilde farklı ve ayırt edilebilir nitelik kazanmayı başarmıştır (FOGES, 1999: 20).”

Dergi logolarının da yer aldığı kapak sayfalarının temel özelliği okuyucunun dikkatini çekerek, derginin alınması konusunda ikna etmektir. Genellikle kapak sayfası, okuyucuyu satın aldıkları şeyi okumaları konusunda teşvik etme, ya da aldıkları derginin neye benzediği konusunda beklentilerini tatmin etmek amacıyla eklenmektedir. Kapak sayfası bir derginin kişiselleştirdiğini gösteren bir alan olarak sunulmaktadır. Bir derginin imzası niteliğinde olan isim logosu dahil, kullanılan fotoğrafların yada tipografisinde görsel ipuçları arayarak derginin içeriği hakkında fikir sahibi olmaya çalışmaktadır. Derginin ana içeriği gibi kapak sayfaları da dergiye değer katma konusunda kullanılmaktadır.

Eskiden koruyucu bir işlev üstlenen dergi kapağında görsel bir işlevinin olması beklenmiyordu. Hatta bezen kimi dergiler hep aynı kapakla yayınlanıyordu. Rekabetin artmasıyla birlikte kapağa yeni bir işlev yüklendi. Günümüzde kullanılan dergilerin kapak resimleri ilginç şekilde sunulmaktadır. Derginin kişileşmesi ve akılda kalıcılığı konusunda tarz oluşturmaktadır.

“1960’lı yıllarda dergi yayımlayan şirket olan Conde Nast şirketi en fazla başarı gösteren kapaklara yönelik olarak bir araştırma yapmış ve bu konuda diğer unsurların yanı sıra alıcılarda bir göz zevki uyandırmanın önemli olduğu sonucuna varmıştı. Ayrıca yine bu bağlamda varılan bir sonuçta kadınları kapak sayfasına taşımının etkin bir yöntem olduğu doğrultusunda (FOGES, 1999: 23).”

İster ünlü kişiler ister ünlü bir kadın fotoğrafı veya politikacılar olsun, içerikle bağlantılı ya da değil genel kabul gören düşünce şudur ki, kapak sayfası dikkat çekecek şekilde hazırlanmalıdır.

“Kapakların ayrıca dikkat çekmenin yanı sıra diğer sorumlulukları da vardır. Tıpkı Nicholas Coleridge’nin ‘‘With Friends Like These’’ adlı eserinde de belirttiği üzere eğer tiraj yöneticileri editörler olsaydı siz sadece belirli konuların gündeme getirildiğini görecektiniz. Noel zamanları hariç olmak üzere yoğun bir şekilde dekore edilmiş olan ve logo etrafında kutsal bir şekilde incelenen Noel ağaçları olmayacaktır. Ayrıca yine kapak sayfasındaki satırlarda cinsiyet ve ilişkiler hakkında olabilecek olup satmayacakları gerçeğine dayanarak bu bağlamda kapaklarda yeşil veya mavi altyapıların olduğu logolar göremeyeceksiniz. Ayrıca yine moda modelleri sarışın, gülümser nitelikte kırmızı ceketleri giyecek ve Claudia Schiffer olarak adlandırılacaktır. İşte bu bağlamda okuyucular aşına oldukları bir çerçeve ve herhangi bir derginin her yeni sayısını okuduklarında yeni bir içerik beklemektedir. Uzun dönemli bir marka izlenimi oluşturmalarının yanı sıra bir derginin kapağı aynı zamanda okuyucuyu bir aylık olarak çıkarılan bir dergiye ödediği parasal meblağın önemli ölçüde geçen ay ödemiş olduğu meblağdan farklı olmaması gerektiği yönünde bir beklentiye sevk edecektir. Ayrıca bu beklenti yine dergilerin olduğu raflardaki diğer dergilere yönelik olarak da geçerli olup bu bağlamda okuyucunun alacağı derginin parasal değeri diğer dergilerden çok farklı olmamalıdır (FORGES,1999: 19).”

Amerika’nın ilk haftalık haber dergisi olan TIME dergisi ilk yayını 3 Mart 1923 yılında çıkarmıştır. Haber dergisi olarak ayakta kalmayı başarabilmiş olan dergi kapağını yıllarca tek kişilere ayırmıştır. Portreler kimi zaman fotoğraf, kimi zaman da illüstrasyon olarak dergi kapaklarında yer almıştır. Time dergisi dünya tarihini derleyen bir geçmiş sunmaktadır. Ancak bu sağlam duruşu sağlayan öncelikle okuyucusuna kabul ettirdiği görsel kimlik ve bunu destekleyen güvenilir bilgi kaynağı olma özelliğidir. Derginin bu özelliği tüm dünyada kabul görmektedir. Görsel kimliği çok az değişikliğe uğramasına karşın çok az değişiklikle, kalan serifli yazı karakteridir. Dergi logosunun serifli yazı karakteri derginin kişiliğine uygun olarak sert köşeler

oluşturan çizgilere sahiptir. Düz kırmızı çizgiler hayatın da kırmızı çizgilerini çizer gibidir (Resim:3. 33). Dergi sayfa sayfasındaki görselin ifade olanaklarının yüksek olması yazılı mesaj desteğine ihtiyaç duymamaktadır.



Kaynak: <http://content.time.com/time/coversearch>

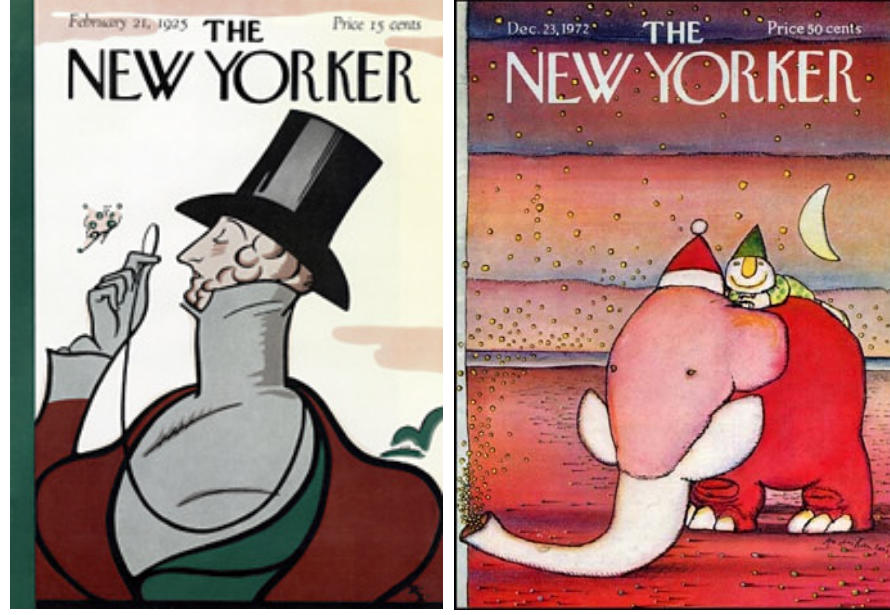
Resim 3. 33: Time, 1923 (ilk dergi), 1956, 1960, ve 1964 sayıları.



Kaynak: <http://content.time.com/time/coversearch>

Resim 3. 34: Time, 1974, 1984, 1994 ve 2014 sayıları.

“Her derginin kendisine özgü satış sağlayan unsurları mevcut bulunmaktadır-örneğin yapılan önemli bir araştırmaya ilişkin sonuçlar veya büyük bir röportaj ve bazı durumlarda tasarımcıların, derginin rakiplerine yönelik olarak ilgi çekmek amacıyla kullanacağı metin büyüklüğü ve renkler ilgili kapak sayfalarına yansımaktadır (FORGES, 1999: 25).”



Kaynak: <http://xroads.virginia.edu/~ug02/newyorker/editor.html>

Resim 3. 35: The New Yorker, Şubat 1925 (İlk yıl sayısı) ve Aralık 1972 sayısı

Zaman içinde derginin künyesi, kapakta tanınabilen bir özellik haline gelmektedir. Bu dergilerden biri The New Yorker dergisidir. Şiir, mizah, karikatür ile birlikte siyaset, popüler kültür, sanat, bilim ve teknoloji haberleri ve yorumlarına yer veren haftalık bir dergidir.⁹Dergi ulusal kitleye ulaşarak her kesimden insana ulaşmayı başarmıştır. Derginin yönünü belirleyen vizyonu 1930’larda oluşur. Kapakta kullandığı üslup derginin mizahla tanımlanmasına yol açar. Derginin kapak tasarımları İrk, sınıf, din, politik kültür gibi konularda hedef kitlenin bakış açısını, ön yargılarını ve deneyimlerini yansıtarak, insanların kendilerini görmelerini sağlamaya çalışmıştır.

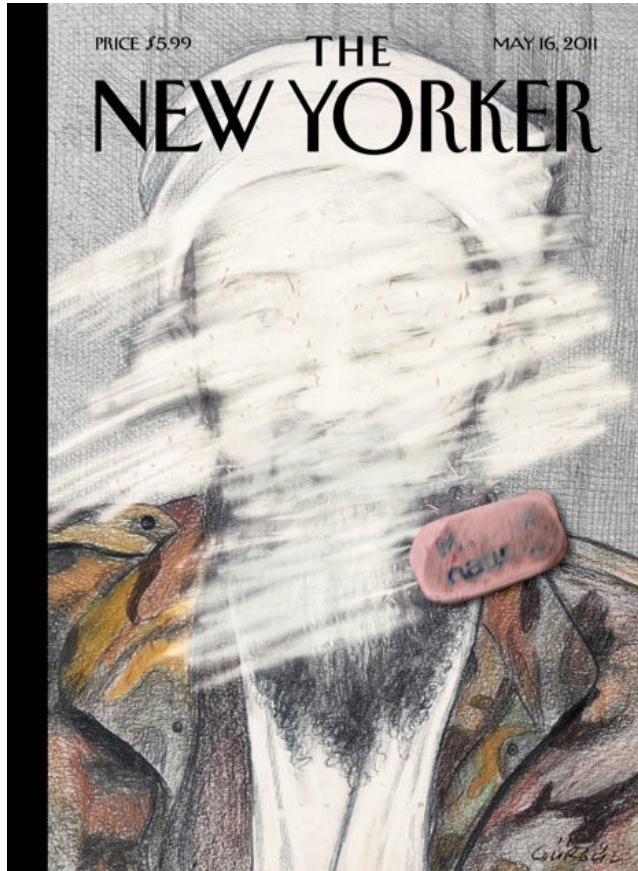
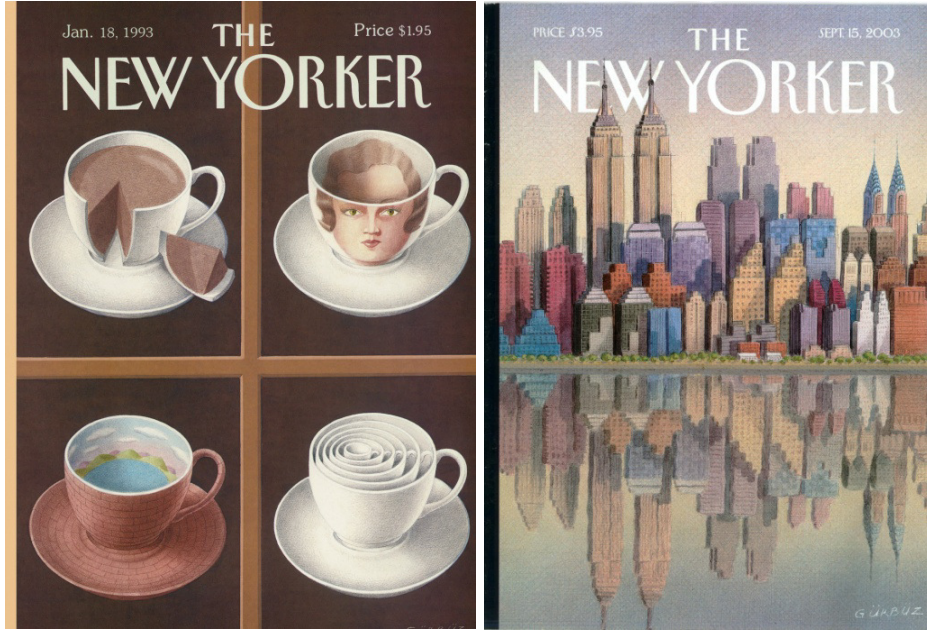
Kapağında daima illüstrasyon kullanan dergi, başka ülkelerden tasarımcıların çalışmalarına da yer vermiştir. Bu tasarımcılardan biri Gürbüz Doğan Ekşioğlu’dur. Başarılı karikatürist 1992, 1993’te iki kez, 2003, 2005, 2009, 2011 de birer kez olmak üzere The New Yorker Dergisine yedi kez kapak tasarımı yapmıştır (Resim 3.36.). Dünya gündemini tasarımlarına yansıtmış, olaylara parmak basarken düşündüren, düşündürürken gülümseten tasarımcı insanı doğa ile ilişkileri üzerinden hicvetmiştir. The New Yorker

⁹ Anonim, <http://www.newyorker.com/about/us/?src=tny-footer>

logosunda tasarımın önüne geçmeyen, tasarımla birlikte varlığını sürdürmek isteyen, renk tonları kullanılmıştır (Resim 3.37).



Kaynak: Gürbüz Doğan Ekşioğlu kişisel arşivinden
Resim 3. 36: The New Yorker, Ocak 1992, Mart 1993, Ocak 2005 ve Ekim 2009 Kapakları.



Kaynak: Gürbüz Doğan Ekşioğlu kişisel arşivinden
Resim 3. 37: The New Yorker, Ocak 1993, Eylül 2003, Mayıs 2011 kapakları.



Kaynak:<http://fashionbombdaily.com/2012/08/08/snapshot-twigs-by-matthew-stone-for-i-d-magazine>
Resim3. 38 : İ.D. Dergisi.



Kaynak:<http://fashionbombdaily.com/2012/08/08/snapshot-twigs-by-matthew-stone-for-i-d-magazine>
Resim 3. 39: İ.D. Dergisi sayıları.

İD dergisinin Tasarımcısı Terry Jones, kapakta dikey olarak aşağı doğru uzanan i.D. harflerinin göz kırpan bir yüze benzediğini fark etti.¹⁰ (Resim 3.38.) Kapakta yer alan tüm yüzlerin göz kırpma ve gülen yüz hareketi

¹⁰ Steven Heller,2006, Innovation & Design,Making i-D: An Interview with Terry Jones
<http://www.businessweek.com/stories/2006-03-15/making-i-d-an-interview-with-terry-jones>

ile yer alması hiç değişmedi, derginin kimliği, aynı zamanda bir tasarım dili oldu (Resim:3.39).

“Dergi kapaklarının bu kadar dikkat çekmesi derginin tasarımı açısından oldukça yaygın bir unsurdur. Herhangi bir sanat yönetmeni bunu konuk desinatöre özgü olan stili veya beceriyi kullanmak amacıyla gerçekleştirebilecek olup okuyucular şu veya bu şekilde Dergi kapaklarını tasarlamış olan sanatkârlar arasında Matisse’nin, Picasso’nun, Toulouse’nin, Lautrec’in, Miro’nun, Chagail’in, Dali’nin, Braque’nin, Klimt’in, Duchamp’ın, Rockwell’in ve Disney’in (Walt’da olduğu gibi) olduğunu öğrenince şaşıracaktırlar. Bugün her ikisi de *Domus* adlı İtalyan derginin kapağını tasarlamış olan ünlü grafik desinatörleri olan Alan Fletcher ve Tibor Kalman çoğunlukla dergilerde gerek sadece tek bir sayısında gerekse çok fazla sayısında birbirinden farklı ayırt edici bir stile yönelik bir dokunuş duygusu sunmak üzere dergilerde tasarlanmaktadır-resmedilmektedir. Nitekim örneğin *Big and Immerse* gibi bazı dergilerde konuk tasarımcılara yönelik olarak her bir sayıda yer ayrılmaktadır. Fotoğrafçıdan veya görsel unsurları sunan kişiden spesifik bir kapak görüntüsünü sunma-üretme oluşturma konusunda farklılık göstermekte olup, şöyle ki konuk tasarımcılara uygun gördüğü kapağı oluşturma konusunda özgür bir fırsat sağlanmaktadır (FOGES,1999).”



Kaynak: <http://www.evo.org/4ad-faq/books.html>

Resim 3. 40: Immerse dergisi kapakları.

Dergi Logosunun üçte birini yatay olarak fona daldıran tasarımcı tipografinin kelime anlamına gönderme yaparak akılda kalıcılığı sağlamaya çalışmıştır.

Dergi logosunun küçük harflerden oluşması yatay olarak kesilse de okunabilirliğin korunmasını sağlamıştır (Resim 3. 40).

The Sunday Times Magazine dergisi çeyrek yüzyılı aşkın bir süre yaşam tarzı olarak benimsendi. İlk kez 1962 yılında gazete eki olarak yayınlandı.¹¹

“...Sunday Times Magazine adlı dergide Marc Boxer dergilerin tasarım içeriğini değiştiren bir akımın öncesi niteliğinde olup bu bağlamda düzen ve çağrışım yaptıran görüntüler kanalıyla hikâyelerin aktarılmasına yönelik yeni yollar oluşturmuştur. Tıpkı Hillman tarafından da belirtildiği üzere “Marc Boxer” muhtemelen gerçekten tasarım konusundaki bilgisi, dergiyi oluşturan ilk insanlardan birisidir. The Sunday Times Magazine adlı derginin Marc Boxer’in kelimeler ve resimlere olan ilgisi nedeniyle yüksek bir tasarım içeriği mevcuttur (FORGES,1999).”



Kaynak:<http://www.chrisbarber.net/archives/genarchive.htm#sundaytimes>
Resim 3. 41: The Sunday Times, Haziran 1962 sayısı.

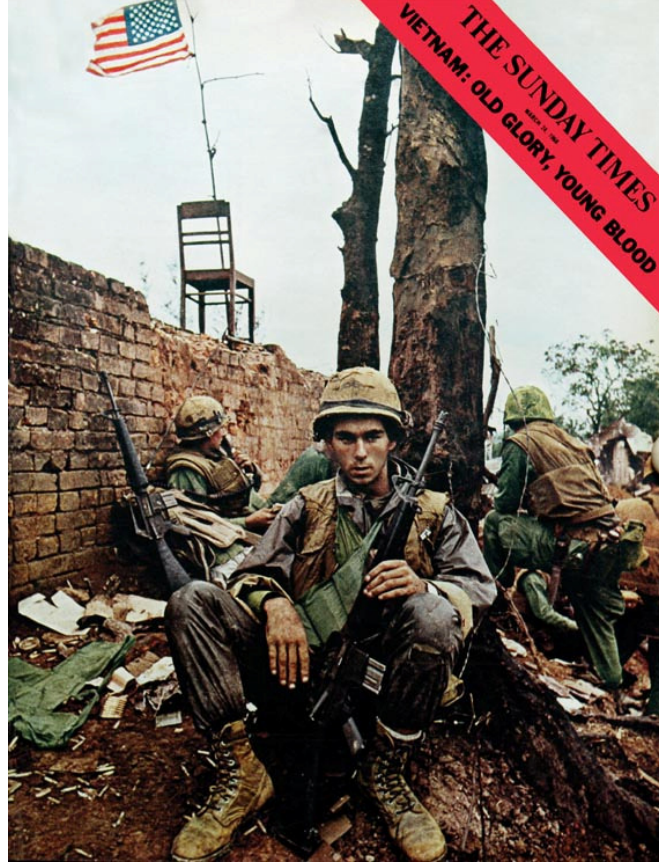
¹¹ Peter Jackson,2012, The ever-expanding Sunday,
http://inpublishing.co.uk/kb/articles/whatever_happened_to_gobsmacking_surprise.aspx

Dergi kapağında yer alan tasarım müziği duyumsamamızı sağlayacak kadar dinamizm yüklüdür. Müzik aletlerinin kadraj içine alınması müzik türünü algılamamızı sağlamaktadır. Plak ve tipografi, verilmek istenen mesajı zihnimizde canlandırmamızı sağlayacak ustalıkta yerleştirilmiştir. Dergi logosunun serifli, serifsiz ve italik yazı karakterinin birlikte kullanımı bir dönem dergi kimliğini oluşturmuştur. Tipografi rengi sayfa tasarımını tamamlayacak şekilde seçilerek kontrast uyum sağlanmıştır.1982 - 2011 sayıları kapak tasarımlarında kadının değişen yüzünü ve kent yaşamında kadının algısındaki farklılığı ortaya koymaktadır. Tüm basın tarihinde görüldüğü gibi kadın, basının görsel yüzü ve satışı etkileyecek etken olarak sunulur.



Kaynak:<http://www.famousfix.com/post/19768707/> ,
<http://www.instituteartist.com/filter/activist/cover-Guillaume-Herbaut-s-Femen-The-New-Amazons-in-The-Sunday-Times>

Resim 3. 42: The Sunday Times, Ekim 1982 ve Temmuz 2011 sayıları.



Kaynak:<http://www.creativereview.co.uk/back-issues/creative-review/2006/november-2006/cover-story>

Resim 3.43: The Sunday Times, 28 Mart 1968 sayısı.

Her sayısında yenilikçi tavırlarıyla öne çıkan derginin Mart 1968 sayısı, Vietnam savaşını kendi halkına haklı göstermekte zorluk çeken Amerika'nın milliyetçilik üzerinden savaşın meşruluğuna katkı yapan bir tasarım. Amerikan bayrağı renklerini arkasına alan ve tek askere odaklanan fotoğrafçının karesinde askerle okur göz temasına girmez. Dergi ismi, köşegende bir kuşak üzerinde yer alır. Köşegenin aşağı yönü düşüşü anlatmaktadır (Resim 3. 43.). İyi bir tasarım için iyi fotoğraf yani iyi fotoğrafçının tasarıma katkısını bu sayfada görmek mümkün. Fotoğrafçının yakaladığı bir kare hiçbir yazılı mesaja gerek bırakmadan çok şey anlatabilir. Tasarımcı fotoğrafçının getirdiği birçok fotoğrafın arasından en çarpıcı fotoğrafı seçmelidir. Tasarımcının fotoğrafın anlattığı mesaja doğru katkılarda bulunması için fotoğrafçı ile birlikte hareket etmesi tasarımın başarıya ulaşmasında önemli bir etkidir.



Kaynak: <http://www.buzzfeed.com/mhastings/80-years-of-newsweek-covers-that-explained-the-word>

Resim 3. 44: Newsweek, 1933,1938,1947 ve 1965 sayıları.

Newsweek dünyada milyonlarca okuyucusu yüksek kaliteli gazeteciliği getirerek, 80 yıldır Amerikan medyasının bir dolgusu olmuştur. Newsweek Japonca, Korece, Lehçe, İspanyolca, Arapça ve Türkçe, hem de İngilizce dillerinde basılmaktadır. Newsweek uluslararası konular, teknoloji, iş, kültür ve siyaset hakkında derinlemesine analiz, haber ve görüş sağlar.¹² Şubat 1933 yılında ilk dergi tipografisi serifli yazı karakterine sahiptir. Kırmızı zemin ve

¹²Anonim, <http://www.newsweek.com/about-newsweek>

negatif yazı rengi bazı yıllarda kendi aralarında değişim gösterse de günümüzde renk olarak kırmızı zemin üzerine negatif yazı ile ilk yıllarındaki tipografik özelliklere dönmüştür. (Resim 3. 44). El yazımı logosu kısa bir süre dergi sayfasında yer alsa da tipografisinde serifli yazı karakteri hep korunmuştur. Seriflerin daha kütleli olduğu günümüz yazı karakteri dergi kimliğinin göstergesi olmuştur (Resim 3. 45).



Kaynak:<http://www.newsweek.com/2014/07/25/top-world-could-be-start-century-german-success-259410.html>

Resim 3. 45: Newsweek, Temmuz 2014 sayısı.

4. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE DERGİCİLİK

4.1. Türkiye'de Dergicilik

Tanzimat dönemi dergicilik tarihi açısından önemlidir. Günlük gazetelerin ekleri olarak, verilen dergilerin ülkemizde görülmeye başlaması 19. Yüzyılın sonlarına doğru olmuştur.

“Ülkemizde bilinen ilk Türkçe dergi 1849-1851 yılları arasında 28 sayı yayımlanan ve bir tıp dergisi olan Vaka-i Tıbbiye dir. Bu derginin aynı zamanda Fransızca bir nüshasında bulunmaktadır (GÖNENÇ; 2007).”

“Taşbasma yöntemiyle 2-4 sayfa olarak basılan ve 600 kadar aboneye gönderilen Vaka-i Tıbbiye, resim basan ilk Türkçe süreli yayın olması yönünden de anılmaya değer. Dergi 1851'de kapanmıştır (KABACALI,1998: 69).”

“Temmuz 1862'de Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye (Osmanlı Bilim Derneği), *Mecmua-i Fünun* adlı aylık dergiyi yayınlamaya başladı (KABACALI,1998:69).”

Dergi fen bilimleri alanında makaleler ve yazılar yayınlıyor, bu alanları okurlarına tanıtmaya çalışıyordu.

El yazmacılarının gösterdiği direnç nedeniyle basım hayatı ülkemizde, Avrupa'ya göre geç başlamıştır. Kitap yazma işinde, yalnız yazı yazarlar değil, tezhiplerle süsleme işi yapanlar da olduğu için, hattatlar ve tezhip yapan kesimler, birlikte hareket ederek, işlerinin ellerinden gideceği korkusuyla uzun süre matbaaya karşı çıkmışlardır.

“İlk kez İbrahim Müteferrika'nın dilekçesine istinaden II. Mehmet tarafından 1727'de verilen fermanla matbaa kurulmasına izin verilmiştir. (KABACALI,1998:37).”

O güne kadar resmi olmadığı halde gizlice kullanılan matbaa artık resmi olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Daha sonraki yıllarda matbaanın gelişmesi ile matbaa makinelerine ihtiyaç duyuldu. Avrupa'dan matbaa makineleri getirilmeye başlandı. Matbaa konusunda yetişmiş elemanın olmaması nedeniyle, makinelerin kullanımı konusundaki zorluklar, basım alanında yaşanan en büyük sorunlardan biriydi. Matbaa makinelerini Avrupa'dan getirerek pazarlayanlar, eğer makinelerin çalıştırılmasını biliyor ve öğretebiliyorsa, satabiliyordu. Çünkü makineleri tanıyan ve çalıştırabilen eleman bulunamıyordu. Birinci dünya savaşından sonra zor durumda kalan Osmanlı, basına sansür konusunda oldukça cömert davranıyordu. Bu da zaten zorluklar içinde olan matbaaların gerilemesinin nedenlerindedir. Milli mücadele döneminde kimi sansürden, kimi yazarlarında sürgüne gönderilmesinden birçok dergi ve gazete kapanmıştı. Cumhuriyetin ilanı ve harf devriminden sonra matbaa alanında büyük gelişmeler ve değişiklikler oldu. Tüm yeni başlangıçlar gibi sancılı bir dönem başlamıştı.

“Matbaacılık dizgi harfi sağlama ve yeni harfleri iyi bilen, eleman bulma sorunuyla karşı karşıyaydı. Dizgi yönünden müretteplere kolaylık sağlayan ise, Latin harflerinin Arap harfleri gibi birleşik yazılmaması nedeniyle, hurufat kasalarında daha az sayıda bölme bulunmasıydı. Yeni yazıda büyük (majüskül) ve küçük (miniskül) harfler kullanılmasına karşın (Arap harflerinde yoktur) bölme sayısı 112'den 70'e inmiştir (KABACALI,1998: 173).”

Latin harflerinin Arap harflerine göre dizgide kolaylıklar sağladığı açıktı. Latin harflerinde tipografik uygulamalar mümkünken, Arap harflerinde oldukça zordu (Resim 4. 1).

“İhsan Sungu, bu harflerin matbaacılığa etkilerini şöyle anlatıyor: Beş yüz seneden beri Batı matbaalarında akıllara hayret verecek büyük bir gelişme sağlayan Latin harflerinin karakteri yönünden de matbaacılıkta kazandığı geniş çeşitliliğin ve ileri tekniğin yanında iki yüz seneden beri eski harflerin gösterebildiği gelişme hiç yok denilecek kadar azdı. Batı ülkelerinde basılmış eserlerin yanında Arap harfleriyle bizim en ileri matbaalarımızda bile basılan eserlerin gösterdiği manzara, ilkeiliği ve geriliği temsil etmekten başka bir şey değildi. Türk matbaalarında eski harflere teknik yönünden verilecek çeşitlilik yerine kelimelerin başında, ortasında ya da sonunda gelen mimlerin, lamaların, keflerin (m,l,k) aldığı muhtelif ve sayısız şekillere yer vermeye mecburiyet görülüyor, bu da harf kasalarının hacmini gereğinden fazla genişletiyor, masraf artıyor, tertip işini son derece güçleştiriyordu (Server İskit: Türkiye'de Neşriyat Hareketleri Tarihine Bir Bakış, s182-183) Alıntı, (KABACALI,1998:169).”



Kaynak: Ahmet Kabacalı, 1998 s.223

Resim 4. 2: Hayat Dergisi, Tiftruk baskı 1956 ilk sayısı.

Bu nedenle gazete ve dergilere, ayakta kalabilmelerini sağlamak için devlet ödeneği sağlandı. İkinci dünya savaşının basın alanında yarattığı duraklama dergicilik alanında da görüldü. Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki zorluklara rağmen dergiler sadece edebiyat alanında değil, kadın, aile, magazin, mizah alanında da çeşitlenerek yayın hayatını sürdürmüştür.1950'lerde foto ofset yöntemi uygulanan baskı alanına yepyeni bir baskı sistemi damgasını vuracaktı.

Avrupa'nın basın yayın alanındaki gelişimini yakından izleyen Türk matbaacılar tasarımda Avrupa'yı örnek alarak, Türkiye'ye gelen tasarımcılar ile basın yayın hayatında yıllar boyu hedef kitlelerini etkilemeyi başaran dergi yayıncılığı başlamıştır. İlk yabancı kaynaklı tasarım olan Hayat dergisi tipografisi serifli yazı karakteri ve zeminli çerçeve ile okurlarına ulaşmıştır.

Dergi 1955 yılında kapandı. Daha sonrada tekrar yayın hayatına başlayan dergi haftalık basılmaya başlandı. (Resim 4. 3)

“Fransızların *Match* dergisi örnek alınarak hazırlanan Hayat, güncel konulara ağırlık veren bol resimli ve baskısıyla dikkat çeken bir dergi oldu (KABACALI,1998:224).”



Kaynak: Kabacalı, 1998, s.224

Resim 4. 3: Hayat Dergisi, İlk renkli kapak 1956 sayısı.



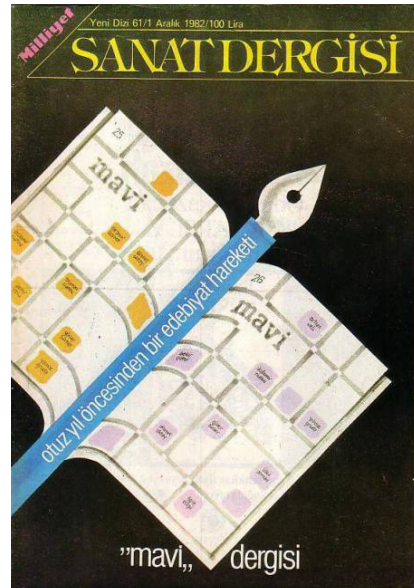
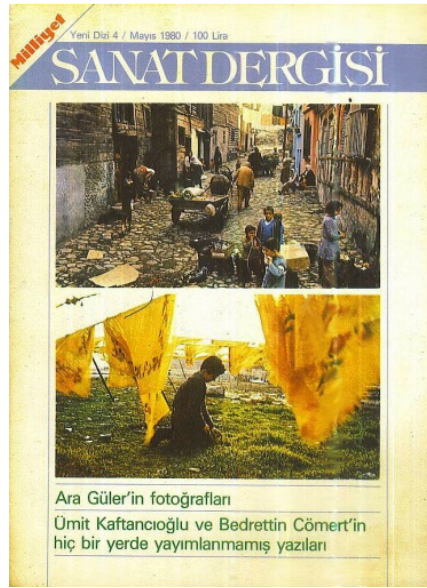
Kaynak: <http://sinemaesintileri.blogspot.com.tr/2012/07/nebahat-cehre-oyuncu.html>,
<http://galeri.uludagsozluk.com/tr/m%C3%BC%C5%9Ffik-kenter-124369/>,
Resim 4. 4: Ses Dergisi, Aralık 1972 ve Kasım 1973 sayıları.

1956 yılında yayınlanmaya başlayan sanat, sinema, moda ve müzik dünyasından haberlerin yer aldığı Ses dergisi kaliteli sanat dergisi olma özelliğini yayın hayatı boyunca hep korumuştur.

“Kapak sayfalarının yazılma şeklide aynı zamanda derginin adeta kişiselleşmiş olmasına yönelik olarak okuyucuya geniş bir ipucu sunmaktadır. Bunlar nüktedan, bilgi verici veya sansasyonel olabilmektedirler. Nitekim aynı şey tipografik stilde yazılan satırlar içinde geçerlidir. Okuyucular kapak sayfasındaki grafiksel lisanda görsel ipuçları aramakta olup, bu bağlamda derginin okunması kolay mı, eğlendiricimi yoksa faydalı bilgiler mi içerdiğini kestirmeye çalışmaktadırlar (FORGES, 1999: 25).”

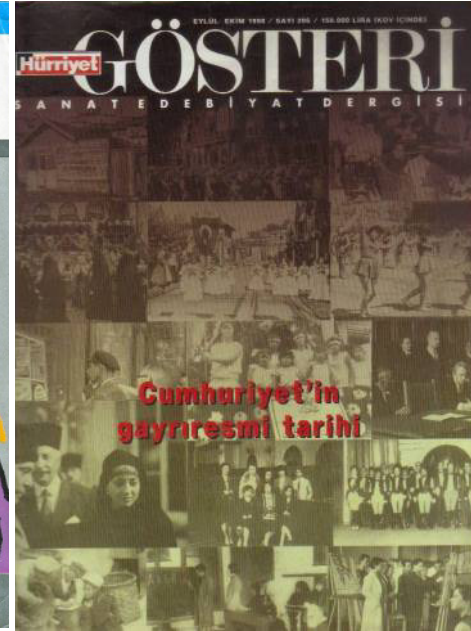
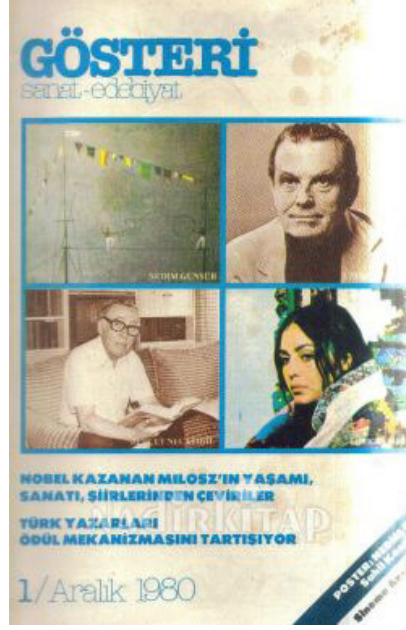
İlk bakışta algılanmaya çalışılan bu mesaj aynı zamanda derginin satışını etkileyen etkidir. Dergilerin satış hedefli olması nedeniyle tasarımın ve tipografik dilin nasıl kullanılacağını hedef kitlenin beklentileri belirler.

Milliyet Sanat, ilk sayısı 29 Eylül 1972’de yayımlanan ve Türkiye’nin 42 yıldır aralıksız yayınlanan kültür sanat dergisidir. Yayın hayatı boyunca kapak tasarımında sayılı değişiklikler yapmıştır. Alanında ayakta ve uzun soluklu kalmasını Türkiye’nin en büyük yayın grubu bünyesinde yayınlanıyor olmasına borçlu olduğunu söylemeden geçmemek gerek. Logo fontunun büyümesine karşın kullanılan karakterin sadeliği, rahat okunurluğu desteklemektedir. Boşluklar yaratarak tasarımın fark edilirliliği sağlanmıştır. (Resim:4. 5.)



Kaynak: <http://www.milliyetsanat.com/arsiv-detay/27-ekim-1972/11>

Resim 4. 5: Milliyet Sanat Dergisi, 1972 (ilk sayı), 1980, 1982, 2005 Sayıları.



Kaynak: <http://urun.gittigidiyor.com/kitap-dergi/hurriyet-gosteri-dergisi-1987-sayi-84-45003697>

Resim 4. 6: Gösteri Dergisi sayıları.

Yine Türkiye’de Hürriyet yayın grubunun 1980 yılında yayınlamaya başlayan Gösteri dergisi, tipografisinde çok az değişiklik yapan bir dergidir. 1980’lerde tipografi ustası Selahattin Ganiz’in tasarladığı tipografisi 1990’ların sonlarında az da olsa değiştirilerek büyük harf karakteri olarak devam ettirilmiştir (Resim: 4. 6).



Kaynak:<http://urun.gittigidiyor.com/kitap-dergi/fotograf-dergisi-1995-agustos-eylul-71628149>
<http://www.nadirkitap.com/ant-fotograf-dergisi-sayi-5-subat-mart-1996-fotograf-ta-belirginlik-ve-belirsizlik-kollektif-dergi2469640.html>
<https://tr-tr.facebook.com/FotografDergisi>

Resim 4. 7: Fotoğraf Dergisi, 1995 (İlk yıl sayısı), 1996, 2000, 2014 sayıları.

Fotoğraf dergisi, konusunda Türkiye’de çıkan en uzun soluklu dergi olma özelliğini taşır.¹³ 1995 yılında yayınına başlayan dergi, uzman akademisyenlerin makaleleri ile okurlarına güven vermektedir. İlk yayınlandığı yıl kapakta yer alan görsel sayfa çerçevesizdir (Resim 4. 7.). Logo ve kapak bilgileri bu görsel üzerinde yer almıştır. Dergide 1996’dan sonra kapak

¹³ Anonim,2014,https://www.facebook.com/FotografDergisi/info?ref=page_internal

görselleri çerçeve ile yer almaktadır. Kapak konusu ile ilgili yazılar çerçeve altında tek satır olarak yer alırken günümüze gelindiğinde alt açıklamalar çerçevenin sol tarafına dikey olarak yerleştirilmiş, bu tasarım derginin kimliği olmuştur. Kırmızı, bold, ve beyaz konturlu logo her zeminde kolayca fark edilmektedir. Küçük harf kullanılan logoda tek kapital "Ğ" harfi kullanımı logo altında yer alan tek satırlık tipografinin kesintisiz olmasını sağlamaktadır.



Kaynak: [http://www.bilimteknik.tubitak.gov.tr/arsiv/yillara-gore- arama?field_yil_ay_value%](http://www.bilimteknik.tubitak.gov.tr/arsiv/yillara-gore- arama?field_yil_ay_value%20)
Resim 4. 8: Bilim ve Teknik Dergisi 1967 (İlk sayı), 2000, 2007 ve 2014 sayıları.

İlk kez yayınlanmaya başladığında kapakta kullanılan görsel, sayfaya silme yerleştirilmiştir (Resim 4. 8.). Logo dikdörtgen zemin içinde negatif olarak yer almış, 1990'dan sonra çerçeve içindeki zemin kaldırılmıştır. Kapital harflerden oluşan logoda 2000 yılından sonra miniskül harfler yer almıştır. Yayın hayatı boyunca serifli yazıdan hiç vazgeçilmemiş, bold yazı logoyu algılanabilir hale getirmiştir. Sayfada logo dahil tüm tipografinin sağa dayalı ve görselin üzerinde yer alması tasarımda bütünlük sağlamıştır.

Dünya Kitap Dergisi 1991 yılında Dünya gazetesi eki olarak yayın hayatına başlamıştır. Dergi logosu, yazı tasarım ustası Selahattin Ganiz imzasını taşımaktadır (Resim 4. 9.).Dergi logosunda bir kitapta bir kütüphaneyi dolduracak kadar bilgi zenginliğinin olabileceğini anlatan imgelem kullanılmıştır. Sayfa da kullanılan kırmızı düz çerçeve logo ile bütünlük sağlamıştır.



Kaynak: Selahattin Ganiz kişisel dergi arşivinden, fotoğraflanmıştır.

Resim 4. 9: Dünya Kitap Dergisi, Temmuz 2014 ve Ekim 2014 sayıları.



Kaynak: <http://bildirgec.org/yazi/grafik-tasarim-dergisi/>,
<https://www.facebook.com/Grafik.Tasarim.Dergisi>

Resim 4. 10: Grafik Tasarım Dergisi, 2006 (ilk sayı), 2007, 2011, 2014 sayıları.

Grafik Tasarım Dergisi 2006 yılında aylık olarak yayınlanmaya başlamıştır. Dergi 2009'dan itibaren iki ayda bir okurlarına ulaşmaya devam etmiştir. Türkiye'de grafik tasarım konusunda deneyimli yetkin insanların birbiriyle paylaşımlarını, mesleğe yeni başlayanların tasarım konusunda gelişimlerini sağlayan bir dergidir. Ülkemizdeki tasarım çitasını yükseltme görevini başarıyla yerine getirmektedir. İlk yayınlandığı 2006 sayısında logo dairesel alan içine hapsedilmiştir (Resim 4. 10.). Kapakta tasarım bütünlüğünü etkileyen unsur olmuştur. 2011 yılından sonra siyah zeminde negatif ve iki satır olarak yer almıştır. Günümüzde tasarım "grafik" kelimesi üzerine yoğunlaşmıştır. Barkot dahil tüm kapak bilgileri grafik kelimesinin devamında dikey blok şeklinde yer alarak bir bütünlük sağlanmıştır.



Resim 4. 11: All Decor, Eylül 2014 sayısı.

All, DECOR, aylık olarak yayınlanan dekorasyon, stil ve alışveriş dergisidir. Eylül 2014 tarihli dergi kapak tasarımında, alt ve üst köşegenler oldukça hareketli olmasına karşın, tipografinin okunabilirliğine katkı sağlayan bir uyum vardır. Ferforje kanepede deki yastıkların çizgileri ve yerdeki kilimin dairesel hareketli dokusu ile öndeki ahşap sandalye parçalarının ritmi sayfaya dengeli biçimde dağılım gösterirken, yaratılan boşluk, hareketli alanın oranını dengeleyecek ölçüdedir. İlk bakışta haftanın temasını belirleyen ‘süper natürel’ tipografisinde, kullanılan sarı renk aynı zamanda sağlı sollu kullanılmış, aralarına serpiştirilen beyaz ve siyah bloklarla birlikte, hem logonun hem de dekorasyon parçalarındaki yeşilin oranlı kullanımı sayfada bütünlük sağlamıştır. Sans serif karakterler kullanılan sayfada, tipografik olarak ilk bakışta ilgiyi çeken yazı, serifli karakter kullanılan, sarı renkteki “süper natürel” yazısıdır.

Bu sayıda belirlenen ‘renk teması’ ile logoda kullanılan yeşil renk ve sayfaya dekorasyonun parçası olarak serpiştirilen hayvan figürleri natürel olana gönderme yapmaktadır. Bütün bu özellikleri ile rafta dikkat çekmeyi başaran bir dergi olmuştur (Resim 4. 11).

Değişimin özündeki anlamın biçimselleşmesi, kültürel ve sosyal gereksinimler tarafından yaratılan atmosfer koşullarının ürünüdür. Metnin görsel tasarımında gömülü olan anlamının, kültürel, sosyal, ekonomik ve politik olarak irdelenmesi önemlidir. Tipografik tasarım bir dergi metninin görsel unsurudur. Tipografik tasarım çoğu zaman içerikten önce algıya ulaşır ve okuyucuyu etkiler. Ancak medya metinleri açısından değerlendirildiğinde metin görselliği ve içerik önem açısından eşit derecede olmalıdır. Tasarım çerçevesi tüm içerik ve doğabilecek sorunlarla başa çıkabilecek esneklikte ama aynı zamanda belirgin bir niteliğe sahip olmalıdır. Tasarımdaki bu esnekliği gelişen teknoloji ile birlikte kullanılan bilgisayarlar ve programları oluşturmuştur.

“Artık hemen hemen hayatımızın her anında karşımıza çıkarı bilgisayarlar sayesinde dizgi yapmak, hatta evimizde kendi yazılarımızı baskı. öncesi aşamaya kadar sürdürerek kendi kitabımızı hazırlamak bile olası. Bundan birkaç yüzyıl önce ayrı bir teknik bilgi ve donanım gerektiren işler artık masamızda. Artık bu çalışma biçimi genel anlamı ile "Masaüstü Yayıncılık" adı ile anılmaktadır. Sayısal font çağı yazı karakterleri üzerinde çalışmanın teknik zorluklarını son derece azalttı. Artık bilgisayarda bir font üzerinde değişiklik yapabilmeye, onun biçimine hükmedebilmeye başladık. Ancak her yeni süreç gibi, bu da onu iyi kullanamayanların elinde yozlaşma tehlikesini yarattı (UÇAR,2004:121).”

Bilgisayarla çalışmak bilgilerin ve görsellerin derlenip, düzenli toplanmasını, tasnifini ve tekrar kullanılmak üzere saklanmasını sağlar. Kullanılacak tipografinin çeşitliliği ya da tasarımını kolaylaştırırken mizanpaj da standartlaşma sağlar. El ile çalışılan yeni font tasarımlarının ki tüm tasarımların çıkış noktası el çizimleridir, bilgisayarla hayata geçirilmesi çabuklaşırken, teknoloji yalnız tipografide işleri kolaylaştırmakla kalmamıştır. Görsellerin kalitesi artmış, seçilecek görsel çeşitlenmiş, istenilen boyutlarda kaliteli görsel kullanımı mümkün olmuştur. Tasarımcıyı özgürleştiren teknoloji aynı zamanda yeterince ustalaşmamış kişilerin piyasaya çıkmasına yol

açmıştır. Fark yaratmasını bilen profesyonellerin teknolojiyi çok iyi kullanabilmelerinin gereğini anlamamızı sağlamıştır. Bilgisayarın çok hızlı tasarım hayatına girmesinden sonra, dizgiden pikaj yapan ve letraset kullanan kuşaklar aynı zamanda bilgisayarı da çok iyi kullanmaya başlayarak, tipografiyi sınırlı karakterler ve fontlar dünyasından geleceğe taşıyan tasarımcılar olmuştur. O dönemlerin lirik, şiirsel dünyası ile geleceğin dinamizm ve hız dünyasını ustaca birleştirerek yeni üsluplar yaratma becerisine ve zenginliğine sahip olduklarından köprü görevini de başarıyla yerine getirmişlerdir.

Türkiye’de dergiler genellikle gazete eki olarak yayınlanmaya başlamıştır. Dergi okuru azlığından bağımsız dergiciliğin tek başına yayın hayatını sürdürmesi mümkün olamamaktadır. Dergiler büyük gazetelerin bünyesinde yayın hayatını sürdürmektedir. Bu gün yabancı dergilerin Türkiye piyasasına girmesi de yine yayın grubu olarak holdingleşen anonim şirketler kanalıyla gerçekleşmektedir. Birden fazla gazete ve derginin imtiyaz sahibi olan bu şirketlerin yayınlara dair sanatsal tasarım sorunsalı, hazır tasarım patentli dergilerin tekelci anlayışla yayınlanmasıyla en aza inmektedir.

Günümüzde dergiler gazete matbaalarında son teknolojik gelişmeler takip edilerek basılmaktadır. Dergi sektörü görsel yönden hedef kitleyi etkileyecek güçtedir. Ancak yinede magazincilik haber eskimesi nedeniyle televizyonun önüne geçemediğinden, elektronik yayıncılığın çağımız hızını yakalayarak her kesime ulaşabilmesi nedeniyle dergiler, moda alanına ağırlık verme yoluna gitmişlerdir. Sanatsal dergi okurunun azlığı dergilerinde sayılarının azalmasına tirajların düşmesine neden olmuştur. Küreselleşen dünyada, ekonomik, kültürel ve siyasal değişim sürecinde, bilgi iletme görevini, çeşitli nedenlerle yerine getiremeyen dergiler bilgi yozlaşması nedeniyle okur kaybetmiştir. Birçok derginin kapanması ve bazı yayın gruplarının dergicilik alanından çekilmesi ülkemizdeki dergiciliğin daraldığını düşündürmektedir. Derneklerin, vakıfların ve her çeşit kuruluşun, tanıtım ve bilgi iletme çabasıyla dergi çıkardığı ve kendi okurunu bulduğu ülkemizde, ulusal alanda dergi okuru bulmak her geçen gün zorlaşmaktadır. Bu dergilerin birçoğunda tasarım yapanlar, alanında birikimi olmayan eğitim almamış

kişilerden oluşmaktadır. Piyasada dergi adıyla dolaşan bu yayınların, okurun görsel estetik düzeyi üzerinde yarattığı tahribatın boyutları düşündürücüdür.

Derginin geleceğini tartışırken sorunun kaynağını dergi tarihinin yakın geçmişinde aramak doğru olacaktır. Dergilerin internet üzerinden kendi arşivlerinin yetersizliği, erişimde güçlük ve doğru bilgiye kaynağından ulaşım zordur. Tarihsel süreçte dergilerin bir yerinin olduğu gerçeği göz ardı edilir gibidir. Basılı yayınlardaki arşiv yoksunluğu sorunu, bir zamanlar ülkemizde basılı yayınlara karşı yaşanan sansürcü, yasakçı ve yok edici tutumun dergi tarihini de etkilediği açıktır.

5. BÖLÜM

DERGİ YAYINCILIĞI

5.1. Dergi Künyesi

Birçok Dergi insanların müşterek çabalarının bir sonucu olarak üretilmesine rağmen aynı zamanda görev unvanlarına büyük önemlerin atfedildiği hiyerarşik ortamlarda mevcuttur. Nitekim bunlar genel yayın yönetmeni, yayın koordinatörü, yazı işleri müdürü, Editör, görsel yönetmen, fotoğraf editörü, gibi isimlerle adlandırılmakta olup bu alandaki unvanlar adeta sınırsızdır ve hemen hemen ilgili olan kişilere yönelik sınırsız bir öneme sahiptir.

“...Belirli bir iş unvanına atfedilen statü ve yayından yayına değişen sorumluluklar mevcuttur. Bazı yayınevlerinde örneğin ana resmin hangi kapak sayfasında (ön kapak mı-arka kapak mı) kullanılacağına ilişkin karar bütünüyle sanat yönetmenine bırakılmıştır. Diğerlerinde ise editör bu konudaki görüşünü sunmak istemektedir. Bazılarında ise karar son derece yüksek düzeyde örneğin yönetim düzeyinde alınmaktadır (bir yayıncı ve hatta belki de bir sanat yönetmeni bütün yayın evinde yapılan iş ve işlemlerden sorumludur).

Editörün altında çalışan kişilerin birbirinden farklı unvanları söz konusu olup bu unvanlar anlam itibariyle de farklılık göstermektedir. Nitekim aşağıdakiler bu unvanlar arasında sayılabilecektir: yayın asistanı, personel yazarı, makale yazarı, kıdemli yazar, muhabir, alt editör, haber editörü, makale editörü, yardımcı editör, editör yardımcısı, katkıda bulunan editör ve serbest çalışan editör çoğunlukla dergilerin görünen unvanlar arasındadır. Bu unvanların birçoğu editör tarafından ilgili kişiye yönelik olarak verilen sorumluluk alanını belirtir niteliktedir. Örneğin makale editörünün fikirlerinin resmedilmesi ve fikirlere ait özelliklerin belirtilmesi ve makale yazarlarıyla ilgilenme gibi bir sorumluluğu mevcuttur. Buna karşı muhabirler, katkıda bulunan editörler ve serbest çalışan yazarların genellikle Dergi içerisinde bir sözleşmeleri mevcut olup bu bağlamda Dergiye deneyimleri veya bilgileri itibariyle yardımcı olmaktadır. Bu gibi kişilerin tam zaman esaslı olarak istihdam edilmemiş olması nedeniyle bu kişilerin diğer dergilere yazı yazmak gibi diğer ilgilerini kovalamalarına olanak tanımaktadır. (FOGES, 1999: 7)“

Herhangi bir derginin fiziksel derlemesinin-düzeninin genel olarak gözden geçirilmesi işlemi ve sorumluluğu çoğunlukla yayın yönetmeni veya yazı işleri müdürünün görevi içinde olup bunların sorumluluğu yayıncı ve reklamlarla ilgili Dergi içerisinde sunulacak olan bütün unsurların doğru bir şekilde düzenlenmiş, tasarlanmış, hata kontrolü yapılmış ve basılmış olmasını sağlamaktır.

Bir sanat yönetmeni veya tasarımcının ana görevi editörler tarafından belirlenen materyallerin ve fotoğrafçılar tarafından sağlanan fotoğrafların veya materyallerin yayın yöneticisi tarafından tasarlanan program doğrultusunda dergi bünyesinde sunulmasını sağlamaktır. Bu unvanlarla görev yapanlar, genellikle bir dergiyi potansiyel okuyuculara ilginç kılacak olan ve bir dergiye adeta kişilik ve kimlik kazandıran kişilerdir.

Türkiye’de dergicilik ve dergi tasarımının bugününü gazeteci ve yazar, Dünya Kitap Dergisi’nin Yayın Yönetmeni Faruk Şüyün, kendisiyle gerçekleştirdiğim söyleşide değerlendirdi.

Faruk Şüyün kimdir?

Gazeteciliğe 1976 yılında başladı. 1977-1979 tarihleri arasında *Dünya Gazetesi* kültür-sanat sayfasında çalıştı. 1980 yılından başlayarak *Hürriyet Gösteri*’de, *Varlık*’ta; ayrıca, ansiklopedi yayıncılığı yapan kuruluşlarda editörlük, madde yazarlığı, redaktörlük gibi görevlerde bulundu. Birçok yayınevinde editörlük görevi üstlendi, diziler hazırladı, *Varlık Yıllıkları*’nı gerçekleştirdi. Toros Yayınları’nda Yaşar Kemal’in Bütün Kitapları’nı hazırladı. *İstanbul Yeni Asır*’ın sanat sayfasında, Günaydın ve Sabah gruplarının birçok gazetesinde görev aldı, Sorumlu Müdürlük yaptı. *Güneş Gazetesi*’nin sanat sayfası editörlüğünü yürüttü. Çeşitli televizyon kanallarında edebiyat programları, ayrıca çeşitli kurumlara festivaller, sanat geceleri düzenledi. *Dünya Gazetesi*’nde yirmi altı yıldır çalışıyor ve her Cuma “Odak” başlıklı yazılar yazıyor. Yirmi üç yaşındaki *Dünya Kitap Dergisi*’nin yayın yönetmeni. Beşiktaş Belediyesi için on yıldır “*Ustalara Saygı*” toplantıları düzenliyor.

Beklemek ve Ummak (Oğlak Yayınları, 2009), Füzuran Diye Bir Öykü (Yapı Kredi Yayınları, 2009), Uzaktan Yakına Cevat Çapan (Tüyap, 2009), Bir Arkeoloji Detektifinin Maceraları (Oğlak Yayınları, 2010), Osmanlı’dan Cumhuriyet’e Bir Kültür Çınarı Doğan Kuban (Tüyap, 2010), Seçmeler Ferit Edgü (Tüyap, 2011), Bir Yaşamış Bir Yazmış Gülten Dayıoğlu (Tüyap, 2012), Contemporary Literature Books From Turkey (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013), Bugünden Geçmişe Geçmişten Geleceğe Taner Timur (Tüyap, 2013), 101 Ustadan Hayatın “Şey”leri (Oğlak Yayınları, 2013) ve Lezzet imiş Her Ne

Var ise Âlemde (Oğlak Yayınları, 2013), Renkli - Sinemaskop Bir Hayat: Atillâ Dorsay (Tüyap, 2014) ve yayına hazırladığı *Türkiye’de Diyabetin Tarihçesi / Dr. Nazif Bağrıaçık* (Oğlak Yayınları, 2014), *Bir Lezzet Cenneti Gurme Kent Gaziantep Mutfağı / Tahir Tekin Öztan* (Oğlak Yayınları, 2014) adlı yayımlanmış eserleri vardır.

Türkiye’yi dergi pazarı olarak değerlendirir misiniz?

Ülkemizde birçok şey dönem dönem değişiyor. Bir dönem özellikle haber dergileri yüksek tirajlara ulaşmışlardı. Örneğin Ercan Arıklı’nın çıkardığı, rahmetli Arda Uskan’ın başında olduğu Nokta dergisi çok büyük tirajlara ulaşmıştı. Başka dergilerde de benzer olmasa da yüksek tirajlar yakalandı. Bu dönemde, yani günümüzde ise haftalık haber dergileri pek ortalıkta gözüküyor. Kadın ve annelik dergileri, magazinler ve gastronomi dergileri daha bir revaçta. Gastronomi yükselen bir değer. Toplumun ekonomik refahı arttıkça yeme - içme hayatı ile de ilgilenmeye başladığından bu dergiler belirli rakamları yakalamaya çalışıyorlar.

Türkiye’de dergilerin batı’da olduğu gibi yüksek tirajlara, örneğin yüz binlere ulaştığını pek görmüyoruz. Bu nedenle bugün için dergicilik yapmanın çok kârlı bir yatırım olduğunu düşünmüyorum; eğer o kadar kârlı bir yatırım olsaydı uluslararası sermaye de bu işe girerdi, oysa pek sıcak bakmıyorlar. Bugün işin içinde olanlarsa ya ellerinden çıkarmaya ya da kapatmaya çalışıyorlar.

Dergilerdeki grafik uygulamalarda yaratıcı tasarımcılık sizce ne kadar önemlidir?

Her şey o kadar hızlı değişiyor ki ben bile uzun süredir bu işin içinde olmama rağmen, zaman zaman geride kaldığımı hissediyorum. Görsellik çağında tabii ki görsellik dergilerde ağır basıyor. İnsanlar dergilerde de televizyonlarda izledikleri çabuk geçen görüntülere ya da twit gönderirken sınırlı oldukları 160 karakterlik bilgiye ulaşmaya çalışıyorlar.

Oysa kitap okumayı seven insanlar, kitap okuyarak büyüyen insanlar için, bir yazının lezzeti çok önemlidir. Bunun için de o yazıyı hiç bölmeden, mümkün olduğunca kitap okur gibi okutmak gerekir ki keyif alınsın. Ama bugün, diyelim ki altı bin vuruşluk yazıya biner vuruşluk üç kutu koyarsanız, yedi –

sekiz tane spot çıkarsanız, yazı bölünür ve baştan sona onu edebi bir lezzet olarak okumak mümkün olmaz. Böyle olunca ana yazı, kutular, spotlar teker teker okunur, yani herkes istediği yere bir çırpıda göz gezdirir.

Okumak, öğrenilen bir eylemdir. Çocukların ailelerinde ya da okullarında mutlaka bunun eğitimini alması, öğrenmesi gerekir. Tıpkı yürümeyi, konuşmayı öğrenmesi gibi... Ama görme eylemini öğrenmeye gerek yoktur, o nedenle de çok kolaydır. Her şey gördüğünüz gibidir, o kadardır!

Anna Karenina'yı okuduğunuzda sizin hayalinizde canlandırdığınız Anna Karenina ile benim canlandırdığım Anna Karenina farklıdır. Ancak televizyonda izlediğinizde artık hayal etmenize gerek yoktur, yönetmenin hayalleri gibi görürsünüz. Bu da çoğu kişiye yetecek kadar kolay bir şeydir.

Oysa hayal etmeye başladığınız zaman, düşünmeye başladınız demektir. Düşünmek bir eylemdir ve yorucu bir iştir. Spor yaparken nasıl yoruluyorsanız okumak da spor gibidir, yorulmaya katlanmalısınız.

Ama ne olursa olsun, okuyun, ne buluyorsanız okuyun, yeter ki okuyun, diyorum. Görsel ağırlıklı kısa yazılar da kimi okurlarda mutlaka daha uzununu okumak, edebi alanlara yönelmek konusunda heves uyandıracaktır; ne kadar kişide heves artarsa bu, kâr olarak kalacaktır.

Günümüzde tasarımcının kişisel özgünlüğünü kullanması doğru anlaşılıyor mu?

Günümüzde tasarımcının kişisel özgünlüğünü tam anlamıyla kullanma şansının yukarıda anlattıklarımızdan dolayı çok olduğunu sanmıyorum. Birtakım kurallar vardır, yani sattırma kuralları vardır. O sayfaya baktırabilecek kutular, spotlar, fotoğraflar eklenir, güzel bir mizanpaj için kaç vuruş yazılması gerektiğine tasarımcı karar verir. Tasarımcı çalıştığı sayfanın bakılır olması için elinden geleni yapar.

Tabii bazı grafik ustaları vardır ki onların yaptıkları kişisel özgünlüklerinin çok güzel örnekleridir ve daima yaşarlar, kabul görürler. Örneğin Selahattin Ganiz'in Dünya Kitap Dergisi'ne 1991 yılında çizdiği "Kitap" logosu, bugün de yaşamaktadır ve hiçbir zaman eskimeyecek daima çağdaş kalacak bir çalışmadır.

Dergi yayıncılığında çalışan bir tasarımcı için iyi bir fotoğrafçının önemi nedir?

Fotoğrafçı çok önemlidir. Artık her şey görsellikle bağdaştırıldığı için fotoğrafçı için baktırarak fotoğraf çekmek önemlidir. Günümüzde genelde mizanpajı da işte o çekilen fotoğraflar belirler. Önce fotoğraflar seçilir. Magazin yayınlarda genellikle fotoğrafçı bir fotoğraf getirir, o fotoğrafa göre başlık atılır. Tabii bu olması gereken değil, ama cazip görülüyor. Günümüzde bir derginin iyi satması için yapılan her şey mubahtır durumuna gelinmiştir. Göstermek, okutmak ve bunun sonucunda da iyi ilan almak için her şey yapılıyor, bütün dünyada da böyle. Ama butik yayınlar vardır ki, onlar farklıdır ve bu niş'ler sektörlerin kılcal damarlarıdır.

Ülkemizde tasarımcıların dergi tasarımında tipografinin gücünü yeterince kullanabildiklerine inanıyor musunuz?

Tabii ki kullanıyorlar. Bilgisayar o kadar imkânlar sağlıyor ki, onları sonuna kadar değerlendiriyorlar. Bir bakışta okuyabiliyorsunuz ya da bakıp alttaki satıra geçebiliyorsunuz. Tasarımcı bu olanakları kullanarak, tipografiyi büyültüp küçültüyor, bold yapıyor, italik yapıyor, renk veriyor ya da vermiyor.

Dergi tasarımında tipografinin okunabilirliği mi görsel estetiği mi önemlidir?

Selahattin Ganiz'i otuz yıldır tanıyorum ve ben onun fahri öğrencisi olarak grafikte disiplin ve düzenin her şeyi nasıl kolaylaştıracağını öğrendim, bugün de ondan öğrendiklerimi uygulamaya çalışıyorum.

Örneğin bazı şeyleri göz tamamlar. Orada bir çizgi çizmeye gerek yoktur. Sayfa mizanpajı içinde göz, orada bir çizgi varmış gibi algılar. İşte o çizgiyi oraya koymadığınız zaman, göze bu tırnak içinde bu yanığıyı sağladığınız zaman, siz iyi bir grafiker ya da tasarımcısınız.

Günümüzde bakmanın önemli olduğu işler yapılıyor. Okutmaktan çok baktırmak önemli oluyor.

Bir tasarımda tipografi tek başına tasarımı kurtarır mı?

Tabii ki kurtarır. Dünya Kitap dergisinin logosu yirmi dört yıldır yaşıyor ve herkes çok beğeniyor, demek ki kurtarabiliyor.

Bilgisayar teknolojisi ve yaratıcı tasarım ilişkisini değerlendirir misiniz?

Elle çalışmak artistiktir. Yine Selahattin Ganiz'den örnek verecek olursak yıllar önce açtığı bir kaligrafi sergisi, büyük bir emek işiydi, grafiğin sanata dönüşmesiydi. Bu nedenlerle tipografi de elle yaratılıyorsa, tasarımcının ruhunu da yansıtır ve bu, okuyucuya da geçer.

Artık böyle emekler harcanmıyor, bilgisayara talimat veriyorsunuz, yapıyor. Gereken verileri yüklediğinizde Leonardo gibi resim yapabilirsiniz, ama o resim, Leonardo'nun resmi olmaz.

Her konuda emek harcayan, düşünen, yaratan Selahattin Ganiz gibi insanların toplum içinde dinamizmi ya da bir şeylerin yürümesini sağladığına inanıyorum. Bilgisayarlar tabi ki işleri kolaylaştırıyor, ama bu sanat bu insanların koyduğu değerlerle sürüyor.

5.2. Görsel Algı ve Okunabilirlik

Yaratım, her ne kadar tekil, bireysel bir süreç gibi görünse de sanatçıyla etkileşim içinde olan her şeyin biçime dönüşmüş hali diyebiliriz.

“...Öznenin dışlaşma yoluyla kendini gerçekliğe vermesi, gerçeklik içerisinde erimesi böylece içsel bakımdan yoğunlaşmış bir nesnelliğin doğumuna yol açar (LUKACS,1981:120).”

Yaratım kadar, Algı olgusu da bir etkileşim sürecidir.

“...İnsan çevresindekileri nesnelere daima etkileşim halinde olduğundan kendi ihtiyacına cevap verenlere öncelik tanır. Bu seçimin altında önceden edindiği bilgiler yatmaktadır. Çünkü seçim sırasında nesneyle geçmişte edindiği bilgiyi birlikte değerlendirir. Bu şekilde özne- nesne etkileşiminin devamlılığı sağlanır (ÇAĞLAYAN, KORKMAZ, ÖKTEM, 2014:163).”

Bu düşünce yayıncılıkta hedef kitlenin belirlenmesi ve kitlelere ulaşma, onları etkileyebilme de sağlayacağı kriterlerin belirlenmesi açısından önemlidir. Bir dergide kimlik oluşturma her ne kadar o derginin felsefesi ve yayın politikası ile ilgili olsa da aslında bunları oluşturan da okuru ile kurduğu bağ ve iletmek istediği haberin okur açısından algılanma derecesinin belirlenmesi açısından da

önemlidir. Bu derecelenmeyi etkileyen en önemli etken görsel uyaranlardır. Görsel uyaranlar çok iyi kurgulanmalıdır.

Gestalt'e göre de duyuların yaşanmış deneyimleri önemlidir. Bütünün algılanması sürecinde, parçaların bütünün algılanabilirliğine katkısını vurgular. Ritm, hiyerarşi, şekilsel farklılık, açısallık, renk ve dokusal farklılıkların kendi arasındaki uyumunun yarattığı enerji bilgi girişi olarak algılanır. Bu girişteki seçimlerimiz deneyimlerimizle etkileşimli olarak belirlenir. Algılama bireysel bir olgudur. İnsanın yaşına, cinsiyetine, eğitimine, yaşadığı topluma ve aldığı kültüre göre etkileşim gösteren bir süreçtir. Yani kişiye göre değişen bir algı süreci oluşabilir.

“...Immanuel Kant'a göre, “biz bazı şeyleri olduğu gibi değil, bizim istediğimiz biçimde görürüz”. Herhangi bir zamanda algıladıklarımız sadece uyarının yapısına bağlı kalarak değil, aynı zamanda ortama, önceki deneyimlerimize, o andaki duygularımıza, genelde ise istek, tutum, davranış ve amaçlarımıza bağlıdır (ÇAĞLAYAN, KORKMAZ, ÖKTEM, 2014:168).”

Bütün bu veriler tasarımın ve tasarımcının bir derginin okur tarafından seçilmesi, okutulur olmasının ve okurla kurulan bu ilişkinin sürekliliğinin sağlanması açısından ne kadar önemli olduğunu ortaya koyar.

Tasarım, bir problemin çözümü anlamına gelir. Yani çözüme hizmet etmelidir. Grafik tasarım ve iletişim arasında, insanın ilk çizgiyi çizdiği günden bu yana yaşanan problemin çözümü tasarım metodolojisi ile gerçekleştirilir. Bu sorun yine başladığı yerde yani yüzey üzerinde çözüme kavuşur.

“...İletişim, gönderici ve alıcı olarak adlandırılan iki insan ya da insan grubu/kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir (BECER, 2002:11).”

Kitlelere ulaşmak, istenilen mesajı en kısa sürede verebilmek ve istenilen dönütü alma işi iletişimdir, bunu gerçekleştiren de grafik tasarımcıdır. Verilen mesajın doğru algılanması ve anlamlandırılması hedef kitlenin sosyo-kültürel durumuna, eğitimine, zekâsına ve edinilmiş deneylerine, yaşanan toplumun değer yargılarına bağlıdır. Bir grafik tasarımcı bütün bunları bilmelidir.

“ Semiotik hangi işaretlerin şekillendirildiğini anlama yollarıdır. Antik Yunan’dan başlayan semiotik çalışmaları, 19 yy İsveçli düşünür Ferdinand de Saussure’nin temel ilkelerini tanımlaması ile önemli bir aşama kaydetmiştir. Müziğe, dile ve görsel elemanlara uyarlanabilen bu tanımlama modern dillerin doğuşuna önderlik etmiştir. Semiotik teorisinin temel içeriği bir anlamın bir işarete nasıl transfer edileceğini tanımlamaktır. Sistem üç temel bölümde yapılandırılmaktadır; semantik, sentaktik ve pragmatik. Semantik, işaretle onun gösterdiği şeyin ilişkisidir. Sentaktik formal yapıda çoklu işaretler arasındaki ilişkidir. Pragmatik ise işareti kullanan üzerindeki etkisi ile işaretler arasındaki ilişkidir. Tasarımcılar için belki de en önemli husus işaret eden ile işaret edilen arasındaki ilişkiyi doğru anlamaktır. Bunlar bir diğer deyişle izleyicinin ne gördüğü ile gördüklerinin anlamı arasındaki farkı oluşturmaktadır (YASA,2012: 268).”

Tasarım yoluyla bildirimde bulunma, tasarım elemanlarından biri olan yazı göstergesiyle gerçekleştirilir. Tipografinin temel amacı tasarımda verilmek istenen mesajı izleyiciye işlevine uygun olarak vermektir. Tipografi göstergebilimsel olarak semantik (anlam) ve görsel açıdan görevini yerine getirmelidir. Dergi tasarımında görsel zenginlik ön plandadır. Tipografinin tüm özellikleri kullanılırken okunabilir olmasını göz ardı etmemeli. Bir yayını eline alan okur önce ana başlıklara, görsel öğelere, fotoğraf veya grafiklere, kullanılan renklere göz gezdirir. Daha sonra, dikkatini çeken başlığa ya da görsele yönelir. Okuru yönlendiren iyi bir tasarım-mizanpaj ve etkili tipografidir. Son olarak yönlendiği sayfayı okumaya başlar. Sayfa tasarımı yani tüm tasarım elemanları ile oluşturulan sağlam bir kurgu, okuru o sayfaya yönlendiren ve o sayfada tutan unsurdur. Tasarıma başlarken şu aşamalar yaşanır.

“Tasarım süreci
Problemin tanımı, İlgı toplama, Yaratıcılık ve Buluş Süreci, Çözüm Bulma, Uygulama (BECER,2002: 39).”

Dergi tasarımında derginin içeriğine göre hedef kitlenin belirlenmesi, tasarımın çerçevesinin oluşturulması için gereklidir. Belirlenen hedef kitleyi etkileme de öncelik kapak tasarımındadır. İlk görünen ve seçimi etkileyecek olan kapaktır. Kapakta kullanılacak görsel ve kullanılan renkler çarpıcı ve etkileyici olmalıdır. Kapakta verilen mesaj kadar etkili olan diğer unsur tipografidir. Temelde kullanılan tasarım ilkeleri aynı olsa da kişisel farklılıklar, yenilikçi hareketler ile bazı sanatsal akımları ve üslup farklılıklarını ortaya koymuştur. Diyebiliriz ki tasarım bir problem çözme sürecidir.

6.BÖLÜM SONUÇ

6.1.Özet

Bir dergi tipografisini incelerken öncelikli olarak derginin hangi toplum için üretildiğine bakmak faydalı olacaktır. Birçok markalaşmış dergi, dünyada çoğu ülkede çıkarılan baskılarında temel de aidiyet tipografisine sadık kalmakla birlikte ülkenin görsel kültürüne uygun şekilde tasarımlarını düzenlediği görülür. Bir toplumda görsel kültür ve estetik düzeyin gelişimi, seçici bir düzeye gelebilmesi eğitim politikasıyla oluşturulması gereken bir süreçle mümkündür. Bu estetik düzey o toplumdaki tüm görsel tüketim unsurlarının çitasını belirler. Eğitim politikasını belirleyenlerin, toplumun görsel kültür ve estetik ölçüsünü şekillendiren kriterleri ne olmalıdır? Sorusuna cevap aranırken, o toplumun kültürel, sosyal, siyasal, dinsel yapısı birlikte incelenmelidir. Görsel kültür, tüm toplumsal yapının, uyumlu kaynaşmasının bir yansıması olarak, gözle görülebilir, ölçülebilir bir unsur olarak karşımıza çıkarken, eğitim unsurundan yoksun kalması demek yozlaşması ve her kesim tarafından kolayca yönlendirilebilir olması gerçeğini getirir. Kapitalist toplum yapılarıyla çevrelenen insanın günün her saatinde sürekli olarak bir reklam taarruzu altında olduğu gerçeği herkes tarafından bilinir. Artık yönetenlerin bile kullandığı, algıya yönelik ‘kabul ettiriliş’ safhası o toplumun kültürel düzeyi ile belirlenir ve kimi zaman görsel bir saldırıya dönüşebilir.

Sürekli yeni tasarımlarla okuyucusunu şaşırtan dergi tasarımcıları aynı zamanda o yayına felsefe ve kişilik kazandırır. Alanlarında eğitim almış tasarımcıların, dergilerin amacının bilgi iletmek olduğu gerçeğini göz ardı etmeden yaptıkları tasarımlarda o yayının felsefesinin, kişiliğinin görsel hale getirmelerine o yayının görsel kimliği diyoruz. Dergilerin bilgi iletmeye sürecinde tipografi en önemli etken olurken, aynı zamanda görsel kimlik oluşmasında da tipografinin önemi tartışılmaz. Okunabilirlikten vazgeçmeden yaratıcı fikirler deneyen tasarımcıların en önemli dayanağı özgün tipografileri olmuştur. Tasarım elemanlarından biri olan tipografi boşluk içindeki konumu nedeniyle birincil etkileyici unsur haline gelebilir. Okuyucunun dikkati sayfaya yönlendiğinde tipografinin okuru o sayfada tutarak bilginin iletim sürecini tamamlaması gerekir.

6.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı

Tipografinin tek ve yalın bir görevi vardır ve bu da yazıyla bilgi iletmektir.(Emil Ruder)

Bilginin iletilme süreci öncesi, okuru bilgiyi almaya hazır hale getirme sürecidir. Bu süreç tipografinin bilimsel temellere dayanan tüm kavram ve biçim özellikleri ile hedef kitleyi etkileme aşamasındaki lokomotif görevinin belirlenmesi açısından önemlidir. Bu çalışma ile dergi tipografilerinin geçmişten bu güne geçirdiği aşamalar, dayandığı bilimsel temeller ve dergi tasarımlarının okurları ile etkileşimi incelenmiştir.

6.3. Araştırmanın Kısıtları

Dergi Araştırmasının örnekler üzerinden yapılması, arşiv belgelerine ulaşımı gerektirmiştir. Ülkemizde basılı yayınların arşivi konusunda sıkıntı olduğu görülmüştür. Arşivcilik ülkemizde devlet eliyle yapılmaktadır. Üniversitelerin bu alana yaptıkları yatırım klasik kütüphanecilikten öteye gitmemektedir. Üniversite kütüphanelerinin maddi sıkıntılar nedeniyle dijital sisteme geçmekte zorlanmaları nedeniyle, binlerce değerli belge rutubetli mekânlarda çürümeyi beklemektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Ambrose, G. ve P. Harris, (2012), *Tipografinin Temelleri*. B. Bayrak (çev.), İstanbul, Literatür Kitapevi. (orijinal baskı tarihi 2011) s.6
- Becer, E. (2002). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Dost Yayınları, s.11,39,
- Becer, E. (2007). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Dost Yayınevi, s.236
- Foges, C. (1999) *Magazine Design*. Production and separations by ProVision Pte. Ltd.in Singapore,s.13,19,20,25
- Ganiz, S. (2004). *Yazı Tasarımcıları*, Kastaş Yayınevi, s.20,36
- İstek, R. (2004).*Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni*. Pusula Yayıncılık ve İletişim Limited Şirketi, s.71,72
- Kabacalı, A. (1998). *Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii*. Cem Ofset Matbaacılık Sanayi, İstanbul, s,169,173,,224,
- Lucacs, G. (1981) *Estetik II*. Çeviren Cemal, Ahmet. Payel Yayınları. s,120
- Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İnkılap yayınları, Ankara, s.100, 101,103, 106, 109, 121
- Sarıkavak, N. K. (2004). *Çağdaş Tipografinin Temelleri*. Seçkin Yayıncılık, s.6

Bildiri ve Makaleler

- Curtis, A. (2011) *A Brief History Magazines*.
<http://www2.uncp.edu/home/acurtis/Courses/ResourcesForCourses/Magazin esHistory.html> (13 Mart 2014)
- Çağlayan, S. ve M. Korkmaz, Öktem, G. (2014) *Sanatta Görsel Algının Literatür Açısından Değerlendirilmesi*. S.163,168
<http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/16.caglayan.pdf>
(31 Mayıs 2014)
- Drew, J. ML © Dictionary of Nineteenth-Century Journalism (Academia Pressand the British Library,2009),
<http://www.djo.org.uk/indexes/journals/household-words.html>
(06 Ekim 2014)
- Elduff, J. *Collier's Magazine About Us*-
<http://colliersmagazine.com/about-us> (06 Ekim 2014)

- Güneş, F. (2012) *Okumada Küçük Harflerin Büyük Gücü*, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi ISSN:1308-9196, Yıl:5,Sayı:10, s.93
<http://www.arastirmax.com/en/bilimsel-yayin/adiyaman-universitesi-sosyal-bilimler-enstitusu-dergisi/5/10/93-108-okumada-kucuk-harflerin-buyuk-gucu> (06 Ekim 2014)
- Murphy, C, *A History of Atlantic Monthly*, 1994-
<https://www.theatlantic.com/past/docs/about/atlhstf.htm> (08 Ekim 2014)
- Şimşek, H. (2001). *XIX.Yüzyıl Çocuk Dergiciliği ve Eğitsel İşlevleri Üzerine* M.E.B. Dergisi sayı:151 http://dhg.m.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/151/simsek.htm (13 Mart 2014)
- Okay A. , 2000, *Kurum Kimliği*, İstanbul, Mediacat Yayınlarından s.39’dan, Öztürk, G. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:5 Sayı:9 Bahar 2006/1 sayı.1-17, s.2 (Söz konusu bilgiyi Öztürk Okay’ın makalesinden aktarmıştır.
<http://www.iticu.edu.tr/uploads/kutuphane/dergi/s9/M01129.pdf> (25 Ekim 2014)
- Öztuna, H.Y. (2009). *Dergi Tasarımında büyük dönüşümün ilk sanat yönetmeni*. Mehmet Fehmi Ağa; Grafik Tasarım Dergisi, sayı: 29, s.42-47
- Valdes, J. (2012) *National Geographic’s Cartographic Typefaces*.
<http://newswatch.nationalgeographic.com/2012/02/09/national-geographics-cartographic-typefaces/> (4 Mayıs 2014)
- Vince, A. *Alexander Liberman: A Definitively Modern Man*, 2013
<http://www.newyorker.com/books/page-turner/alexander-liberman-a-definitively-modern-man> (08 Ekim 2014)
- Yapar Gönenç, A. (2007). *Türkiye’de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi*, Araştırmamax.com, <http://www.arastirmax.com/system/files/dergiler/71848/makaleler/29/1/arastirmax-turkiyede-dergiciligin-tarihsel-gelisimi.pdf> (29 Mart 2014)
- Yapar, A. (t.y.) *Fransa’da Dergicilik Olgusu*.
<http://journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/viewFile/1019013605/1019012821> (29 Mart 2014)
- Yasa, S. (2012). *Grafik tasarımda iletişim ve gösterge bilim*, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, Cilt/Vol. 2 Sayı/No.5 267-278.” s,20
www.gstfdergi.com/article/download/1027000055/1027000054Pdf. (21Nisan 2014)

Zıllıoğlu, M. (1990), *Yazıya Doğru*, Anadolu Üniversitesi E.F. Yayını, Cilt 3, Sayı:2 Eskişehir, s. 79-90 ‘dan Temizkan, M. (t.y. ;627) *Türkçe Öğretiminde Yaratıcı Yazma Becerilerinin Geliştirilmesi*, s, 627 (Sözkonusu bilgiyi Temizkan Zıllıoğlu’nun kitabından aktarmıştır. http://www.tubar.com.tr/TUBAR%20DOSYA/pdf/2010BAHAR/temizkan_mehmet%20621-643.pdf (11 Ekim 2014)

Weber, C. (2006) <http://www.nytimes.com/2006/12/03/books/Weber2.t.html?ei=5070&en> (02 Ekim 2014)

Anonim,(t.y.)<http://global.britannica.com/EBchecked/topic/356421/magazine#ref200910> (20 Nisan 2014)

Anonim,(t.y.)<http://www.newyorker.com/about/us/?src=tny-footer> (11 Ekim 2014)

Anonim,2014, https://www.facebook.com/FotografDergisi/info?ref=page_internal (04 Kasım 2014)

Tezler

Dündar, B. (2005). *Matbaanın Bulunuşundan Bu Yana Batıda ve Sonrasında Türkiye’de Grafik Tasarımda Tipografik Dil*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Grafik Anasanat Dalı, Grafik Tasarımı Programı. s.34,39,40

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Çelik, İ. B. (2013). *Türkiye’de Gazete Sayfa Tasarımının 80’li Yıllardaki Teknolojik Dönüşümü ve Cafer Yarkent’in Bu Süreçteki Rolü*. Yüksek lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi. S.B.E.

Kagan, M. (1982). *Güzellik Bilimi Olarak Estetik ve Sanat*. A. Çalışlar (çev.) Serbest Matbaası.

Ketenci, H. F. ve C. Bilgili (2006). *Görsel İletişim&Grafik Tasarım*. Beta Basım A.Ş. İstanbul

Odabaşı, H. (2002).*Grafikte Temel Tasarım*. Yorum Sanat Yayınları, İstanbul.

Yeşilyurt, N. (1995).*Tipografinin Görsel ve İşlevsel Olarak İncelenmesi*. Sanatta Yeterlik Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi, S.B.E.