T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BASILI HAVA YOLU DERGİLERİNİN ELEKTRONİK BİÇİME UYARLANMASI: PEGASUS HAVA YOLLARI İÇİN E-DERGİ TASARIM ÖNERİSİ

GÖRKEM TILIÇ

YENİ MEDYA ANA SANAT DALI

MAYIS 2016


GAZİ ÜNİVERSİTESİ
Gazi
1926

BASILI HAVA YOLU DERGİLERİNİN ELEKTRONİK BİÇİME UYARLANMASI: PEGASUS HAVA YOLLARI İÇİN E-DERGİ TASARIM ÖNERİSİ

Görkem TILIÇ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
YENİ MEDYA ANA SANAT DALI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

MAYIS 2016

GÖRKEM TILIÇ tarafından hazırlanan "BASILI HAVA YOLU DERGİLERİNİN ELEKTRONİK BİÇİME UYARLANMASI: PEGASUS HAVA YOLLARI İÇİN E-DERGİ TASARIM ÖNERİSİ" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi YENİ MEDYA Ana Sanat Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Özden PEKTAŞ TURGUT
Görsel İletişim Tasarımı, Gazi Üniversitesi
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum. .....

Başkan: Doç. Çiğdem DEMİR
Görsel İletişim Tasarımı, Gazi Üniversitesi
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum .....

Üye: Doç. T. İnanç İLİSULU
Grafik Tasarım, Başkent Üniversitesi
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum. .....

Tez Savunma Tarihi: 27.05.2016

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....
Prof. Aysen SOYSALDI
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Görkem Tılıç
27.05.2016

BASILI HAVA YOLU DERGİLERİNİN ELEKTRONİK BİÇİME UYARLANMASI: PEGASUS HAVA YOLLARI İÇİN E-DERGİ TASARIM ÖNERİSİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Görkem TILIÇ

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

Mayıs 2016

ÖZET

Basılı ve elektronik yayıncılığın birbirinden farklı formatlar ve tasarımlar ile oluşturulması gerektiğini bilen ve e-yayın ile kurulan etkileşimin sadece sayfaları çevirme hareketinden ibaret olmadığının bilincinde olan yayıncılar ve kurumlar, okurun ilgi ve merakının sürekliliğini sağlamak amacıyla, yayınlarını birçok etkileşim özelliğine imkan tanıyan mobil cihazlara uygun uygulamalar (aplikasyonlar) ya da web sayfaları biçiminde tasarlatmaya başlamışlardır. Etkileşimli e-yayınlar; 3 boyutlu fotoğraf ve videolar, 360 derece çekim yapılmış fotoğraflar, hareketli objeler ile zenginleştirilmiş içerikler, sayfa içi gömülü web içerikleri, metni destekleyen videolar/sesler/testler ve metnin e-posta ve/veya sosyal medyalar aracılığıyla başkalarıyla paylaşılması gibi birçok özelliğe imkan tanımaktadır. Elektronik yayıncılığın sunduğu avantajlardan yararlanmak isteyen kurumların başında hava yolu şirketleri gelmektedir. Birçok hava yolu şirketi, seyahat noktalarıyla ilgili bilgi vermek, yolcuların hoşça vakit geçirmesini sağlamak, firma hakkındaki haber ve kampanyaları duyurmak gibi amaçlarla kendi kurumsal dergilerini çıkarmaktadır. Genellikle uçak koltuklarının arka cebinde konumlandırılan basılı uçak içi dergileri her ay, uçak ile seyahat eden birçok insan ile buluşmakta, elektronik versiyonlarını takip eden okur ile de bu oran artmaktadır. Bu tez çalışmasında, Türk Hava Yolları'nın *Skylife*, Lufthansa Hava Yolları'nın *Lufthansa Magazin,* Emirates Hava Yolları'nın *Open Skies* isimli dergilerinin basılı ve elektronik versiyonları, sayfa tasarımı, kullanılan yayın formatları ve etkileşim özellikleri kapsamında incelenmiştir. Son bölümde yer alan mobil uygulama çalışmasında ise Pegasus Hava Yolları için *Pegasus Magazine* isimli bir elektronik dergi tasarımı önerilmiştir. Bu e-dergi, yerel (native) mobil uygulama biçiminde ve iPad tablet cihazında görüntülenmek üzere hazırlanmış olup, içerisinde fotoğraf galerileri, bağlantılı linkler, videolar ve sesler gibi çoklu ortam ve etkileşim özelliklerine yer verecek şekilde tasarlanmıştır.

Bilim Kodu : 406-1.207
Anahtar Kelimeler : Elektronik yayınlar, Elektronik dergiler, Basılı dergiler, Etkileşimli dergiler, Uçak içi dergileri, Hava yolu dergileri
Sayfa Adedi : 156
Danışman : Doç. Özden PEKTAŞ TURGUT

ADAPTATION OF PRINTED AIRLINE MAGAZINES INTO E-PUBLISHING FORMATS: AN E-MAGAZINE DESIGN PROPOSAL FOR PEGASUS AIRLINES

(Master's Thesis)

Görkem TILIÇ

GAZI UNIVERSITY
INSTITUTE OF FINE ARTS
May 2016

ABSTRACT

Printed publishing and e-publishing necessitate different formats and designs. Publishers and institutions aware of this and the fact that interactions with e-publications are not only about the motion of turning pages, began to design web pages and/or applications for mobile devices, thus, offering a variety of interaction possibilities to keep readers' interest and curiosity. Interactive e-publications give opportunities to access three-dimensional photographs and videos, 360 degrees shot photos, contents enriched with moving objects, web contents embedded into pages, videos/audios/tests supporting the text and sharing the text with others by e-mails and/or social media. Airlines are some of the primary organizations who want to benefit from the advantages of electronic publishing. Many airline companies publish these corporate magazines to provide information about destinations, to entertain passengers, to announce special offers and give news about the company. Printed in-flight magazines which generally are placed in the back side pockets of the seats meet with the travelers every month, and the number of readers has increased also together with those, who follow the electronic versions of these magazines. In this thesis, Turkish Airlines' *Skylife*, Lufthansa's *Lufthansa Magazin*, Emirates Airlines' *Open Skies* magazines were reviewed in terms of page layout design, e-publishing formats, multimedia and interactive features, both for printed and electronic versions. In the final part of the thesis an e-magazine called *Pegasus Magazine* was designed for Pegasus Airlines as an application. This e-magazine which was designed in native application format for iPad devices includes multimedia features such as photo galleries, hyperlinks, videos and audios.

Science Code	: 406-1.207
Key Words	: Electronic publications, Electronic magazines, Print magazines, Interactive magazines, In-flight magazines, Airline magazines
Page Number	: 156
Advisor	: Assoc. Prof. Özden PEKTAŞ TURGUT

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam boyunca destek ve yönlendirmelerinden faydalandığım değerli danışmanım Doç. Özden PEKTAŞ TURGUT'a, yardımlarını esirgemeyen amcam Prof. Dr. Lütfi Doğan TILIÇ "Başkent Üniversitesi", ablam Gizem TILIÇ TATAR, eniştem Hakan TATAR ve dostum Damla DÜZEL'e; manevi destekleriyle daima yanımda olan anne ve babama teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET i
ABSTRACT ii
TEŞEKKÜR iii
İÇİNDEKİLER iv
ÇİZELGELERİN LİSTESİ vi
RESİMLERİN LİSTESİ vii
KISALTMALAR xviii

1. GİRİŞ 1

2. BASILI DERGİ YAYINCILIĞI 5

2.1 Dünyada Basılı Dergilerin Gelişimi 7
2.2 Türkiye'de Basılı Dergilerin Gelişimi 13
2.3 Basılı Dergi Tasarımı 21
2.4 Basılı Hava Yolu Dergileri 27

3. ELEKTRONİK DERGİ YAYINCILIĞI 37

3.1 Dünyada Elektronik Yayıncılığın Gelişimi 37
3.2 Türkiye'de Elektronik Yayıncılığın Gelişimi 39
3.3 Elektronik Yayıncılığın Avantajları ve Dezavantajları 45
3.4 Elektronik Yayın Formatları 47

3.4.1 EPUB 49
3.4.2 Kindle formatları 51
3.4.3 PDF (Portable Document Format) 51
3.4.4 Sayısal kopya (Dijital Replika) 52
3.4.5 Etkileşimli dergiler 53
3.4.6 HTML5 (Hypertext Markup Language) 55

3.5 Elektronik Yayın Görüntüleme Cihazları 57

3.5.1 E-Kitap okuyucuları 57
3.5.2 Tabletler 58
3.5.3 Bilgisayarlar 61
3.5.4 Akıllı Telefonlar 64

3.6 Elektronik Dergilerin Gelişimi ve Elektronik Hava Yolu Dergileri 66

Sayfa

4. HAVA YOLU DERGİLERİNİN BASILI VE ELEKTRONİK VERSİYONLARININ KARŞILAŞTIRILMASI 73

4.1 Skylife 74
4.2 Lufthansa Magazin..... 97
4.3 Open Skies 107

5. PEGASUS HAVA YOLLARI İÇİN E-DERGİ TASARIM ÖNERİSİ (UYGULAMA) 121

5.1 Uygulamanın İncelenmesi 121

5.1.1 Logo, kapak ve tablet kullanma kılavuzu 121
5.1.2 İçindekiler 122
5.1.3 Buton tasarımı..... 124
5.1.4 Sayfa tasarımı ve etkileşim özellikleri..... 125

6. SONUÇ VE ÖNERİLER..... 139

KAYNAKLAR..... 141
YARDIMCI KAYNAKLAR..... 148
EKLER..... 151

EK-1. Madrid şehrine ait sayfa tasarımında yer alan pop-up'ların yatay ve dikey yöndeki görünümleri 152

EK-2. Oyun içeriğine ait doğru ve yanlış cevap pop-up'larının yatay yöndeki görünümleri 153

EK-3. Deadpool filminin fragmanının yatay yöndeki pop-up görünümü..... 154

ÖZGEÇMİŞ 155

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge **Sayfa**

Çizelge 3.1. Türkiye'de elektronik ortamda yayınlanan ilk gazeteler 40

Çizelge 3.2. Türkiye'de elektronik ortamda yayınlanan ilk dergiler 40

Çizelge 3.3. TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2015..... 44-45

Çizelge 3.4. E-yayın formatlarının içerik ve etkileşim desteği..... 48-49

Çizelge 3.5. Cihaz sınıfı özellikleri..... 57

Çizelge 4.1. *Skylife* mobil uygulamasında yer alan buton simgeleri ve anlamları 83

Çizelge 4.2. *Lufthansa Magazin* iPad uygulamasında yer alan buton simgeleri ve anlamları 99

Çizelge 4.3. *Open Skies* mobil uygulamasında yer alan ikonlar, imleçler ve buton simgelerinin anlamları..... 111-112

Çizelge 5.1. *Pegasus Magazine* tablet uygulamasında yer alan buton simgeleri ve anlamları..... 124-125

RESİMLERİN LİSTESİ

Resim **Sayfa**

Resim 2.1. (Sırasıyla) *Ankara Life* (Şubat 2015), *İstanbul Life* (Mart 2014), *Milliyet Sanat* (Haziran 2015), *Grafik Tasarım* (Temmuz-Ağustos 2014) dergilerine ait kapak tasarımları 6

Resim 2.2. *Time* (Eylül 2015) ve *National Geographic* (Ağustos 2015) dergilerine ait kapak tasarımları 6

Resim 2.3. *Journal des Savants* (solda) ve *Philosophical Transactions of the Royal Society of London* (sağda) dergisine ait görüntüler 7

Resim 2.4. *Mercure Galant* dergisi 1672 yılı (solda) ve 1678 yılına (sağda) ait kapak tasarımları 8

Resim 2.5. *The Tatler* ve *The Spectator* dergilerine ait görüntüler 8

Resim 2.6. (Sırasıyla) *Die Horen* (1795), *Propylaen* (1798) ve *American Museum* (1787) dergilerine ait kapak tasarımları 9

Resim 2.7. *The Gentleman's Magazine* (1788) dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüsü 9

Resim 2.8. (Sırasıyla) *The Lady* (1885), *Harper's Bazaar* (1867), *Vogue* (1892) dergilerine ait kapak tasarımları 10

Resim 2.9. *Nature* (1869) ve *Punch* (1841) dergilerine ait kapak tasarımları 10

Resim 2.10. *Time* (1923) dergisine ait kapak tasarımları 11

Resim 2.11. (Sırasıyla) 1936, 1953 ve 1965 yıllarına ait *Life* dergisi kapak tasarımları 11

Resim 2.12. (Sırasıyla) 1937, 1961 ve 1969 yıllarına ait *Look* dergisi kapak tasarımları 12

Resim 2.13. (Sırasıyla) 1905, 1915 ve 2015 yıllarına ait *National Geographic* dergisi kapak tasarımları 12

Resim 2.14. (Sırasıyla) 1933-1965 ve 2015 yıllarına ait *Esquire* dergisi kapak tasarımları 13

Resim 2.15. *Vakayi-i Tıbbiye* (solda) ve *Mümeyyiz* (sağda) dergisine ait görüntüler ... 14

Resim **Sayfa**

Resim 2.16. *Diyojen* dergisine ait kapak (solda) ve karikatür (sağda) görüntüsü 15

Resim 2.17. *Mecmua-i Ebuzziya* dergisine ait görüntü..... 15

Resim 2.18. *Servet-i Fünun* dergisine ait kapak tasarımları 16

Resim 2.19. (Sırasıyla) *Büyük Mecmua*, *Ümid* ve *Aydede* dergilerine ait kapak tasarımları..... 17

Resim 2.20. (Sırasıyla) *Diken*, *İnci* ve *YediGün* dergilerine ait kapak tasarımları 17

Resim 2.21. *Doğan Kardeş* (Nisan 1965 ve Aralık 1969) dergisine ait kapak tasarımları..... 18

Resim 2.22. *Akis* (12 Mart 1966) dergisine ait kapak ve döneme ilişkin bir karikatür (9 Haziran 1960) görüntüsü 18

Resim 2.23. (Sırasıyla) *Kim*, *Yankı*, *Nokta* ve *Yeni Gündem* dergilerine ait kapak tasarımları..... 19

Resim 2.24. *Resimli Hayat* ve *Hayat* dergilerine ait kapak tasarımları 19

Resim 2.25. (Sırasıyla) *Gırgır*, *Milliyet Sanat*, *Hürriyet Gösteri* ve *Sanat Olayı* dergilerine ait kapak tasarımları 20

Resim 2.26. (Sırasıyla) *Gergedan* (Mart 1987), *Milliyet Çocuk* (26 Mart 1979) ve *Kadınca* (Ocak 1980) dergilerine ait kapak tasarımları..... 20

Resim 2.27. *Argos* dergisine ait kapak tasarımları..... 21

Resim 2.28. Tek sütunlu (solda) ve iki sütunlu (sağda) simetrik ızgara 22

Resim 2.29. Asimetrik sütun temelli (solda) ve asimetrik modül temelli ızgara (sağda)..... 22

Resim 2.30. (Sırasıyla) Tırnaklı (Palatino), tırnaksız (Helvetica), grafik (Trixie Cameo) ve kaligrafik (Pacifico) yazı karakterlerine ait örnekler 23

Resim 2.31. Helvetica Neue yazı karakterine ait örnekler 24

Resim 2.32. *BASA* dergisine ait görüntüler..... 25

Resim **Sayfa**

Resim 2.33. *Novum* dergisine ait kapak tasarımları 26

Resim 2.34. *Arredamento Mimarlık* ve *Arredamento Dekorasyon* dergisine ait kapak tasarımları 26

Resim 2.35. (Sırasıyla) *Holland Herald* dergisi Ocak/Şubat 1966 (ilk sayı), Ocak 2014 ve Ocak 2016 sayılarına ait kapak tasarımları 28

Resim 2.36. *American Way* (Haziran 2015) uçak içi dergisine ait reklam görüntüleri.. 29

Resim 2.37. (Sırasıyla) *germanwings magazin*, *b.spirit!*, *Fah Thai*, *American Way*, *easyJet Traveller*, *The AirClub magazine*, *smile*, *UO magazine* dergilerine ait kapak tasarımları (Mart 2015) 29

Resim 2.38. *THY Magazin* ve *Skylife* dergilerine ait kapak tasarımları 32

Resim 2.39. (Sırasıyla) *Skylife* dergisinin Temmuz 2015, Ekim 2015, Şubat 2016 sayılarına ait kapak tasarımları 33

Resim 2.40. (Sırasıyla) *Skylife Business* (Eylül 2015), *Curiocity* (Nisan 2014), *Heroes* (Eylül 2015) dergilerine ait kapak tasarımları 33

Resim 2.41. *empathy* (Ağustos 2015) dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüsü 34

Resim 2.42. (Sırasıyla) *Anadolujet Magazin* (Eylül 2015), *Skylife Hac Özel* (2014), *Skylife Umre Özel* (2014) dergilerine ait kapak tasarımları 34

Resim 2.43. *Skylife Japan* (bahar 2015) dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüsü 35

Resim 2.44. (Sırasıyla) *Pegasus Magazine* (Ekim 2015), *Suntimes* (Eylül 2015), *Glober* (Ekim 2015), *Onair* (Ocak 2016), *Borajet Magazine* (Eylül 2015), dergilerine ait kapak tasarımları 35

Resim 3.1. *Project Gutenberg (www.gutenberg.org)* internet sayfasına ait görüntü ... 38

Resim 3.2. *Dergibi.com* internet sayfasına ait görüntü 41

Resim 3.3. *Ekual Tarama* internet sayfasına ait görüntü 43

Resim 3.4. *Türk Kütüphaneciliği* dergisi internet arşivi sayfasına ait görüntü 43

Resim **Sayfa**

Resim 3.5. *Yenilenebilir Metin Akışlı EPUB* formatındaki e-kitabın akıllı telefondaki görüntüsü 50

Resim 3.6. *EPUB-Sabit Düzenleme* formatlı e-çocuk kitabının tablet üzerindeki kapak (solda) ve iç sayfa (sağda) görüntüsü..... 51

Resim 3.7. *Pegasus Magazine* (Eylül 2015) kapak ve iç sayfa görüntüsü 53

Resim 3.8. (Sırasıyla) *Open Skies* kütüphanesi, *Open Skies* Kasım 2015 sayısı kapak ve iç sayfasının *iPad* görüntüsü..... 55

Resim 3.9. *Aside Magazine* web uygulamasına ait kapak ve iç sayfa *iPad* görüntüleri 56

Resim 3.10. *Amazon Kindle PaperWhite II* ve *Calibro Basic* cihazlarına ait görüntüler 58

Resim 3.11. (Sırasıyla) *iPad Mini*, *Samsung Galaxy Tab S*, *Google Nexus 10* ve *Sony Xperia Z2* cihazlarına ait görüntüler 60

Resim 3.12. *Microsoft Surface Pro 3* cihazına ait görüntü 60

Resim 3.13. *Amazon Kindle Fire* cihazına ait görüntü 60

Resim 3.14. *Mac* bilgisayara kurulmuş *Kindle* uygulamasının kütüphane (solda) ve bir e-kitaba ait iç sayfa görüntüsü..... 61

Resim 3.15. *Mac* bilgisayara kurulmuş *Kindle* uygulamasıyla açılmış bir e-kitabın arka planının siyah ve sepya renklerinde değiştirilmiş görüntüsü..... 62

Resim 3.16. *Amazon Kindle Cloud Reader* (*read.amazon.com)* ile web tarayıcıdan açılmış bir e-kitabın bilgisayardaki iç sayfa görüntüsü 62

Resim 3.17. *iBook* uygulamasına ait kütüphane (solda) ve uygulamayla açılmış bir e-kitabın iç sayfa görüntüsü..... 63

Resim 3.18. *easyJet Traveller* uçak içi dergisinin bilgisayardaki görüntüsü 63

Resim 3.19. *Skylife* (Kasım 2015) uçak içi dergisinin bilgisayardaki web tablet görüntüsü 64

Resim 3.20. (Sırasıyla) *Samsung Galaxy Note 4*, *Apple iPhone 6 Plus* ve *Nokia Lumia 1520* cihazlarına ait görüntüler 65

Resim **Sayfa**

Resim 3.21. (Sırasıyla) *Unzip, MonkeyMag* ve *JellyFish* dergilerine ait kapak tasarımları 67

Resim 3.22. *Zinio* web sitesine ait görüntü 67

Resim 3.23. *Newsstand* (solda) ve *News* (sağda) uygulamalarına ait *iPad* görüntüleri 68

Resim 3.24. *Flipboard* uygulamasına ait *iPad* görüntüleri 68

Resim 3.25. *issuu* ve *yudu* web sitelerine ait görüntüler 69

Resim 3.26. *SkyLibrary* uygulamasının tablet görüntüsü 70

Resim 3.27. *SkyLibrary* web görüntüsü 70

Resim 3.28. *KrisWorld* uçak içi eğlence sistemi ekranı içerisinde yer alan e-dergi görüntüsü 71

Resim 3.29. *SilverKris (www.silverkris.com)* dergisinin web sayfası ve sayfa çevirme özelliğine dayalı elektronik biçiminin görüntüsü 72

Resim 3.30. *SilverKris* (Ocak 2016) dergisi mobil uygulamasının tablet görüntüsü 72

Resim 4.1. *Tahoma*, *Verdana*, *Geneva*, *Lucida* yazı karakterlerine ait görüntüler 73

Resim 4.2. *Skylife* dergisinin eski (solda) ve yeni (sağda) logosu 75

Resim 4.3. (Sırasıyla) Kasım 2015, Ağustos 2015 ve Haziran 2015 *Skylife* uygulamasına ait kapak tasarımları 75

Resim 4.4. *Skylife* mobil uygulamasında yer alan İngilizce ve Türkçe dil seçeneği butonları 76

Resim 4.5. *Skylife* Eylül 2015 sayısının mobil uygulama (solda) ve basılı (sağda) versiyonlarına ait kapak tasarımları 77

Resim 4.6. *Skylife* mobil uygulamasının Aralık 2015 sayısına ait kapak tasarımı 78

Resim 4.7. *Skylife* dergisi (Ocak 2015) basılı versiyonunun *City Scope*, *On Board* ve *Info* başlıklarına ait ayırıcı sayfa tasarımları 79

Resim 4.8. *Skylife* dergisinin iç sayfa bölümlerine ait şeritlerin kullanımı 79

Resim **Sayfa**

Resim 4.9. *Skylife* Ocak 2015 sayısında yer alan reklam görüntüleri..... 80

Resim 4.10. *Skylife*'ın sayfa numarası ve yayın ay/yıl bilgisi gösterimine ait görüntü. 81

Resim 4.11. *Skylife* Tablet Kullanma Kılavuzu'nun Türkçe ve İngilizce görüntüsü..... 82

Resim 4.12. *Skylife* dergisinin uygulamasında yer alan *Browse* (solda) *ve Search* (sağda) seçenekleri 84

Resim 4.13. Doç. Dr. Temel Kotil'in *Skylife* Aralık 2015 sayısı için yazdığı giriş yazısı (*Skylife* basılı versiyonu)..... 85

Resim 4.14. Doç. Dr. Temel Kotil'in *Skylife* Aralık 2015 sayısı için yazdığı giriş yazısının Türkçe ve İngilizcesi (*Skylife* mobil uygulama versiyonu)..... 85

Resim 4.15. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonunun içindekiler sayfası..... 86

Resim 4.16. *Skylife* (Aralık 2015) mobil uygulama versiyonuna ait içindekiler sayfası (solda) ve bilgilendirme künyesi (sağda) görüntüleri 87

Resim 4.17. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonunun (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) etkinlik sayfa tasarımına ait görüntüler..... 87

Resim 4.18. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonunun (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) *İstanbul'da Bu Ay* başlıklı sayfalarına ait görüntüleri 88

Resim 4.19. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonunda yer alan vektörel resimlemeler 89

Resim 4.20. *Skylife* basılı versiyonunda yer alan film, müzik, ikram ve check-in sürecine ait vektörel resimlemeler 89

Resim 4.21. (Sırasıyla) Hasta ve hamile yolcular, bebekli yolcular ve evcil hayvanları ile seyahat eden yolcuları anlatan vektörel resimlemeler..... 89

Resim 4.22. Web, mobil ve self check-in süreçlerinin metinlerine ait vektörel resimlemeler 90

Resim 4.23. *Skylife* (Aralık 2015) mobil uygulamasına ait fotoğraf galerisi barındıran örnek sayfa görüntüsü..... 90

Resim 4.24. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonu (solda) ve aynı sayfanın mobil uygulama versiyonuna (sağda) ait iç sayfa görüntüleri 91

Resim **Sayfa**

Resim 4.25 *Skylife* (Aralık 2015) mobil uygulama versiyonuna ait video barındıran örnek sayfa görüntüsü 91

Resim 4.26. *Skylife* mobil uygulamasındaki *Nasıl Gidilir?* başlıklı kutucuğa ait görüntü 92

Resim 4.27. *Skylife* web dergisinin (Aralık 2015) dizüstü bilgisayar, tablet ve akıllı telefon ile görüntülenmiş biçimleri 93

Resim 4.28. *Skylife* web dergisine ait dil butonları 93

Resim 4.29. *Skylife* web dergisinin logo ve buton yerleşimi 93

Resim 4.30. *Skylife* web dergisinde (Aralık 2015) yer alan *destinasyon*, *etkinlik*, *lezzet* ve *bilgi* butonlarının içeriklerini gösteren ekran görüntüleri 94

Resim 4.31. *Skylife* web dergisinin (Aralık 2015) görüntü göstericisine (slider) ait görüntü 95

Resim 4.32. *Skylife* web dergisinin (Aralık 2015) ana sayfasında (üstte) ve etkinlik, lezzet sayfasında (altta) yer alan metin kutucukları 95

Resim 4.33. *Skylife* web dergisinde yer alan "Ceo'nun Mesajı" ve "Bizi Takip Edin" başlıklı kutucuklara ait görüntüler 96

Resim 4.34. *Lufthansa Magazin* basılı versiyonunda yer alan reklamlara ait görüntüler 97

Resim 4.35. *Lufthansa Magazin* basılı versiyonunda yer alan tam sayfa olmayan reklamlara ait görüntüler 97

Resim 4.36. *Lufthansa Magazin* Aralık 2010 sayısının iPad uygulamasına ait kapak tasarımı ve iç sayfa görüntüsü 98

Resim 4.37. *Lufthansa Magazin* iPad uygulamasına ait yardım sayfası 100

Resim 4.38. (Sırasıyla) *Lufthansa Magazin* Temmuz 2011, Ağustos 2011 ve Kasım 2015 sayılarına ait kapak tasarımları 101

Resim 4.39. *Lufthansa Magazin* web dergisinin (Aralık 2015) bilgisayar, tablet ve akıllı telefon ekranındaki örnek görüntüsü 101

Resim **Sayfa**

Resim 4.40. *Lufthansa Magazin* web dergisinin (Aralık 2015) tablet ve akıllı telefon ekranındaki yatay ve dikey görünümü 102

Resim 4.41. *Lufthansa Magazin* (Kasım 2015) basılı versiyonunda yer alan moda içerikli sayfalar 102

Resim 4.42. *Lufthansa Magazin* (Aralık 2015) basılı versiyonunda, metin başlangıçlarında büyük harf kullanımı (inisiyal harf) bulunan sayfa tasarımları..... 103

Resim 4.43. *Lufthansa Magazin* (Aralık 2015) basılı versiyonuna ait sayfa görüntüsü 104

Resim 4.44. *Lufthansa Magazin* web dergisi logosu ve butonları..... 104

Resim 4.45. *Lufthansa Magazin* web dergisine ait içindekiler sayfası..... 105

Resim 4.46. *Lufthansa Magazin* (Aralık 2015) basılı versiyonuna ait içindekiler sayfası..... 105

Resim 4.47. *Lufthansa Magazin* (Aralık 2015) basılı versiyonuna ait röportaj sayfaları..... 106

Resim 4.48. *Lufthansa Magazin* web dergisine ait röportaj sayfası 106

Resim 4.49. *Lufthansa Magazin* web dergisine ait video barındıran sayfa (solda) ve fotoğraf galerisi (sağda) görüntüsü..... 107

Resim 4.50. *Open Skies* (Nisan 2013) İngilizce (solda) ve Arapça (sağda) versiyonlarına ait kapak tasarımları..... 107

Resim 4.51. *Open Skies* dergisinde yer alan reklam örnekleri 108

Resim 4.52. (Sırasıyla) *Open Skies* basılı versiyonuna ait Temmuz 2014, Ağustos 2014 ve Ocak 2015 kapak tasarımları 108

Resim 4.53. *Open Skies* dergisinin logosu..... 109

Resim 4.54. (Sırasıyla) *Open Skies* basılı versiyonuna ait Ekim 2015, Şubat 2015 ve Temmuz 2015 kapak tasarımları..... 109

Resim 4.55. *Open Skies* mobil uygulaması kütüphanesine (solda) ve *emirates.com* web adresinde bulunan *Open Skies* PDF arşivine (sağda) ait ekran görüntüleri 110

Resim **Sayfa**

Resim 4.56. *Open Skies* (Ocak 2016) mobil uygulamasının hareketli kapak görüntüsüne ait ekran alıntıları 110

Resim 4.57. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonuna ait *Front*, *Main* ve *Briefing* ayırıcı sayfaları 111

Resim 4.58. *Open Skies* (Ekim 2015) basılı versiyonuna ait içindekiler sayfası..... 112

Resim 4.59. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonuna ait sayfa görüntüsü..... 113

Resim 4.60. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonu (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) *experience* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri 114

Resim 4.61. *Open Skies* (Aralık 2015) basılı versiyonu (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) *flashback* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri 115

Resim 4.62. *Open Skies* (Ocak 2016) mobil uygulama versiyonunun *entrepreneur* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri 115

Resim 4.63. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonunun *entrepreneur* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri 116

Resim 4.64. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonunun *lunch with* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri 116

Resim 4.65. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonu (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) *stay* (room) alt bölümüne ait sayfa görüntüleri..... 117

Resim 4.66. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonunun *neighbourhood* alt bölümüne ait sayfa görüntüsü..... 117

Resim 4.67. *Open Skies* (Ocak 2016) mobil uygulama versiyonunun *neighbourhood* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri 118

Resim 4.68. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonu (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (ortada ve sağda) *local knowledge* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri 118

Resim 4.69. *Open Skies* (Ocak 2016) mobil uygulama versiyonunun *Main* ana bölümüne ait hareketli görüntüsünden ekran alıntıları 119

Resim **Sayfa**

Resim 4.70. (Sırasıyla) *Open Skies* Ocak 2016, Aralık 2015 ve Ekim 2015 sayılarının mobil uygulamasının *Main* ana bölümüne ait tipografik sayfalarından örnekler 119

Resim 4.71. (Sırasıyla) *Open Skies* Ocak 2016, Aralık 2015 ve Ekim 2015 sayıları basılı versiyonunun *destination* başlığına ait sayfa görüntüleri 120

Resim 5.1. *Pegasus Magazine*'in mevcut logosu (solda) ve mobil uygulaması için önerilen yeni logo tasarımı (sağda) 122

Resim 5.2. Pegasus Hava Yolları'nın kurumsal logosu 122

Resim 5.3. Kapakta yer alan video ve tablet kullanma kılavuzuna ait görüntüler 123

Resim 5.4. İçindekiler sayfasının yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri . 124

Resim 5.5. *Gotham* yazı karakterine ait görüntüler 125

Resim 5.6. Madrid ve Barselona içeriklerine ait sayfa tasarımları 126

Resim 5.7. Sayfa tasarımlarında kullanılan desen tasarımları 127

Resim 5.8. Bölümlere ait simgeler ve bölümlerin giriş sayfası tasarımlarının yatay ve dikey yöndeki görüntüleri 128

Resim 5.9. *Etkinlik* bölümüne ait (Piatango) içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 129

Resim 5.10. *Etkinlik* bölümüne ait (TanGO To İstanbul) içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 129

Resim 5.11. *Gezgin Dünyası* bölümüne ait içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 130

Resim 5.12. *Gezgin Dünyası* bölümüne ait içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 131

Resim 5.13. Madrid için tasarlanan gezilmesi gereken yerler içeriğinin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 131

Resim 5.14. Barselona için tasarlanan gezilmesi gereken yerler içeriğinin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüler 132

Resim **Sayfa**

Resim 5.15. Madrid (solda) ve Barselona (sağda) için tasarlanan pop-up bilgi kutucukları 132

Resim 5.16. İspanyolca kelime telaffuzlarının bulunduğu sayfanın yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 133

Resim 5.17. Yarışma sonucu duyuru sayfasının yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 133

Resim 5.18. *Türkiye* bölümüne ait içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 134

Resim 5.19. *Eğlence* bölümüne ait sinema içeriğinin (İftarlık Gazoz) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 134

Resim 5.20. *Eğlence* bölümüne ait sinema içeriğinin (Dead Pool) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 135

Resim 5.21. *Eğlence* bölümüne ait müzik içeriğinin (Model) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 135

Resim 5.22. *Eğlence* bölümüne ait müzik içeriğinin (Redd) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 136

Resim 5.23. *Eğlence* bölümüne ait kitap içeriğinin (Kürk Mantolu Madonna) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri..... 136

Resim 5.24. *Eğlence* bölümüne ait kitap içeriğinin (Uçurtma Avcısı) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 137

Resim 5.25. *Eğlence* bölümüne ait oyun içeriğinin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri..... 137

Resim 5.26. Doğru ve yanlış cevaba ait uyarı görselleri 138

Resim 5.27. *Swatch* markasına ait reklamın yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri 138

KISALTMALAR

Bu tezde kullanılan kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
AFC	Almanya Federal Cumhuriyeti
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BAE	Birleşik Arap Emirlikleri
THY	Türk Hava Yolları
MIT	Massachusset Institute of Technology
ANKOS	Anadolu Üniversite Kütüphaneleri Konsorsiyumu
TRNSL	Turkish National Site License (Türk Ulusal Site Lisansı)
EKUAL	Elektronik Kaynaklar Ulusal Akademik Lisansı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
PDF	Portable Document Format (Taşınabilir Belge Biçimi)
IDPF	International Digital Publishing Forum (Uluslararası Sayısal Yayıncılık Forumu)
ISO	International Organization for Standardization (Uluslararası Standartlaştırma Organizasyonu)
IDC	International Data Corporation (Uluslararası Veri Kurumu)
Wi-Fi	Wireless Fidelity (Kablosuz Bağlantı Alanı)

1. GİRİŞ

Problem Durumu/ Konunun Tanımı

Elektronik yayıncılık kapsamında birçok e-yayın formatı bulunmaktadır ve kullanılan formatın türüne göre, yayının içeriği okurun etkileşime girebileceği çeşitli özelliklerle zenginleştirilebilmektedir. Bu özellikler yayına eklenebilen fotoğraf galerileri, videolar, sesler, testler, animasyonlar olabildiği gibi teknoloji ve yazılımın verdiği olanaklar doğrultusunda geliştirilip arttırılabilmektedir. Fakat bazı e-yayınlar hiç bir değişiklik yapılmadan, basılmak için hazırlanmış sayfa tasarımlarının internete aktarılmış biçimleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da beraberinde metinlerin zor okunmasına, görsellerin algılanmamasına ve sonucunda okurun ilgisinin dağılmasına neden olabilmektedir.

Araştırmanın Amacı

Her ay milyonlarca kişinin seyahat ettiği uçaklarda uçak içi dergileri okurlarıyla buluşmaktadır. Ulaştığı kesimin genişliği ve gelir grubu düşünüldüğünde, bu gibi dergilerin hedef kitlelerle iletişime geçmekte ne denli önemli olduğunu anlayabiliriz.

Günümüzde artık birçok hava yolu şirketi sadece yolcularını hedef almayıp, internet üzerinden erişime sunduğu elektronik dergileriyle hedef kitlesini genişletmeye başlamıştır. Bu araştırmanın amacı, okurun dergiye olan ilgisinin devamının sağlanması veya yeni okur kitlesi kazanması için video, ses, fotoğraf galerileri gibi çoklu ortam elemanlarına ve etkileşim özelliklerine sahip, en az çabayla metin ve görsel takibinin yapılabileceği bir elektronik hava yolu dergi tasarım önerisi sunmaktır.

Tez çalışması kapsamında;

- Basılı ve elektronik yayıncılık nedir?
- Basılı dergiler, hangi formatlarda elektronik ortamlara aktarılmaktadır?
- Basılı dergiler, elektronik ortamlara aktarılırken elektronik yayıncılığın işlevselliğinden yeterince yararlanılıyor mu?
- Elektronik yayıncılığın avantajları ve dezavantajları nelerdir?
- Elektronik dergi olanaklarından faydalanılarak okurla etkileşim nasıl sağlanabilir? sorularına cevap aranmış ve elektronik hava yolu dergilerinin avantajları vurgulanarak okur ile kurabileceği etkileşimler üzerinde durulmuştur.

Araştırmanın Önemi

İnsanların zamanla yarış içerisinde olduğu günümüzde, hangi alanda olursa olsun kullanıcının ilgisini ilk seferde çekmek bir zorunluluk halini almıştır. Bu sebeple kullanıcılar, sunulan hizmetin hatalarıyla vakit kaybetmeyerek kolayca vazgeçebilir duruma gelmişlerdir. Bundan yola çıkarak, doğru bir biçimde oluşturulmayan elektronik yayının okur kitlesinin giderek azalabileceğini söyleyebiliriz.

Bu tez konusu kapsamında basılı ve elektronik yayıncılığın farklarına değinilmiş ve bu iki yayıncılığın birbirinden farklı teknikler ve tasarımlar ile oluşturulması gerektiğinin önemi vurgulanmıştır.

Varsayımlar/Sayıltılar

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte elektronik yayınların etkileşim özelliklerinin artması varsayılmaktadır.

Sınırlılıklar

- 3 farklı hava yolu şirketine ait uçak içi dergisinin basılı ve elektronik versiyonları karşılaştırılmıştır.
- Konuyu destekleyecek şekilde, iOS işletim sistemli iPad tablet cihazı için 1 adet uygulama çalışması yapılmıştır.
- Uygulama çalışmasında yer alan çoklu ortam ve etkileşim özellikleri, kullanılan eklentinin (mag +) imkanlarıyla sınırlıdır.

Tanımlar

Punto: "Günümüzde Uluslararası geçerliliği olan tipografik bir ölçü birimidir. 1 punto 0.37583 milimetredir" (Becer, 2006: 180).

Duyarlı (Responsive) Web Tasarımı: "Bilgisayar, mobil ve tablet cihazlardan girildiğini anlayarak, içerisinde bulunan yazı, resim, menü ve diğer elementlerin boyutlarını otomatik olarak ayarlamaktadır. Bu sayede kullanıcısına kolay kullanılabilirlik ve istediği sayfaya hızlı ulaşmasına olanak sağlamaktadır" (http://www.yazilimnet.com/tr/blog/19/responsive-web-tasarim-nedir- Erişim Tarihi: 06.12.2015).

Serif: “Harfleri oluşturan ana hatların alt ve üst bitim yerlerinde bulunan tırnak biçimindeki küçük uzantılar serif olarak adlandırılır” (Becer, 2006: 177).

Uygulama (Aplikasyon): Tablet ve akıllı telefon gibi mobil cihazlara özel olarak tasarlanıp kodlanan yazılımlara denir.

Yerel (Native) Uygulamalar: Özel bir cihaz ve işletim sistemi için tasarlanmış, çevrim dışı kullanılabilen ve cihazın tüm donanım özelliklerine erişim sağlayabilen uygulamalardır.

Yazı Karakteri: “Bir yazı karakteri, aynı özel tasarıma sahip karakterler, harfler, rakamlar, semboller ve noktalama işaretleri derlemesidir” (Ambrose ve Harris, 2012: 40).

2. BASILI DERGİ YAYINCILIĞI

Konuşma yeteneğiyle diğer canlılardan ayrılan insan, deneyimlerini, bilgilerini, sorunlarını sözlü olarak aktararak yayma hareketini başlatmıştır. Güney Mezopotamya'da yaşayan Sümerler tarafından icat edilen yazı sayesinde ise bu bilgiler sözlü eylemden yazma eylemine dönüştürülerek nesilden nesile aktarılma olanağı bulmuştur. "İnsanların düşündüklerini başkalarına bildirmek için herhangi bir madde üzerine çizmek, yazmak veya kazmak suretiyle kullanılan şekil ve işaretlere yazı denir" (Kınık ve Ceylan, 2012).

Yazının icadı, matbaacılığın bulunmasının temellerini atmaya yardımcı olmuştur. "Matbaacılık, yazı ve resimlerin kağıt, karton veya çeşitli yüzeyler üzerine aktarılıp çoğaltılmasıdır" (Mazlum, 2006: 13). Matbaanın icadıyla birlikte bilgiler daha geniş kitlelere ulaşma olanağı bulmuş ve bunun sonucunda da yayıncılık kavramı ortaya çıkmıştır.

"Dergiler, el yazmasından baskıya geçilmesiyle kitaptan sonra yerini alan bir yayın türü olmuştur" (Bayar, 2013: 57). Bir basılı yayın olarak Avrupa'da çıkmaya başlayan dergi kavramı Türk Dil Kurumu sözlüğünde, "Siyaset, edebiyat, teknik, ekonomi vb. konuları inceleyen ve belirli aralıklarla çıkan süreli yayın, bülten, mecmua" olarak tanımlanmıştır.

> Bir yayımın okurlar tarafından dergi olarak algılanabilmesi için bünyesinde beş temel özelliği barındırması gerekmektedir (MEGEP: 2008):
>
> 1. Düzenli bir yayım aralığının bulunması gerekir (En az haftada bir-en fazla üç ayda bir).
> 2. İçinde okunacak metinlerin yer alması gerekir. Özellikle haber dergilerinde yer alan dosya konuları okurların en fazla ilgisini çeken bölümlerdir.
> 3. Okurlar tarafından talep edilmesi ya da para karşılığında satın alınması gerekir.
> 4. Diğer yayımlardan bağımsız olarak dağıtılması gerekir.
> 5. Ciltli olması gerekir.

Dergi kadrolarında gazetelerin yapısına benzer şekilde; editörler, yayın yönetim ve görsel tasarım ekibi yer almaktadır. Çoğunlukla haftalık, aylık ya da 3 aylık gibi düzenli aralıklarla yayınlanan dergiler; otomobil, güzellik, moda, sağlık, kariyer, yemek, gezi, tarih, teknoloji gibi çeşitli konuları ayrıntılı bir şekilde ele almaktadır.

Basılı dergiler içeriklerinin yanı sıra dağıtım alanlarına göre de sınıflandırılmaktadır. *Ankara Life*, *İstanbul Life* gibi sadece belirli bir coğrafi bölge ve şehir için dağıtılan dergiler *yerel dergiler* olarak adlandırılırken, *Milliyet Sanat*, *Grafik Tasarım* gibi dağıtımı ülke çapında yapılan dergilere *ulusal dergiler* denilmektedir (Bkz. Resim 2.1).



Resim 2.1. (Sırasıyla) *Ankara Life* (Şubat 2015), *İstanbul Life* (Mart 2014), *Milliyet Sanat* (Haziran 2015), *Grafik Tasarım* (Temmuz-Ağustos 2014) dergilerine ait kapak tasarımları

Uluslararası dergiler, belli bir ülkede genel merkeze sahip olmakla birlikte dağıtımı birden fazla ülkede ya da tüm dünyada yapılan dergilerdir. Bu tarz dergilerin farklı dillerde yayınları olabileceği gibi tüm dünyada tek bir dilde de yayınları olabilmektedir. *National Geographic* ve *Time* uluslararası dergilere örnek olarak gösterilebilir (Elden, 2013: 241) (Bkz. Resim 2.2).



Resim 2.2. *Time* (Eylül 2015) ve *National Geographic* (Ağustos 2015) dergilerine ait kapak tasarımları

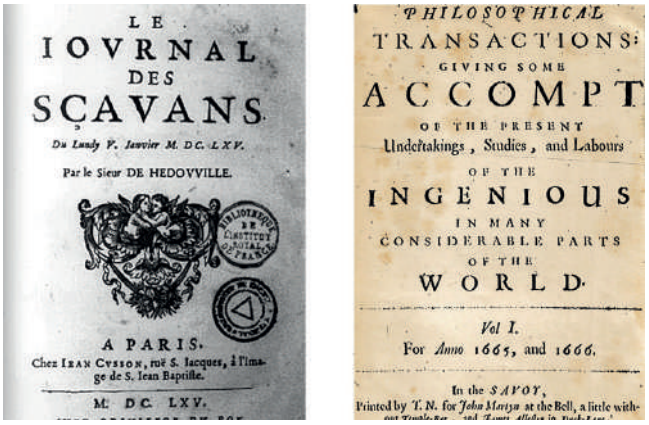
Dergiler, yapılarından ötürü siyasal, ekonomik ve toplumsal, bilimsel ve sanatsal konuların ele alınmasına daha uygun yayın organlarıdır. Bu bağlamda dergi, kitapla gazete dışındaki beklentileri karşılamaktadır: Kitap uzun soluklu bir okumayı gerektirmekte, gazete ise hem kısa sürede hazırlanmakta hem de kısa sürede tüketilmektedir. Oysa dergi, konuları derinlemesine ele alabilmekte ve okura ulaştırabilmektedir (Büyükbaykal G.N.: 2013).

Günümüzde dergiler uzmanlık alanlarına göre tasarım ve içerik açısından gelişmeye devam etmekte ve teknolojinin hızla gelişmesiyle beraber daha çok insana ulaşma fırsatı bulmaktadır.

2.1 Dünyada Basılı Dergilerin Gelişimi

"Dergiciliğin tarihi, bilim cemiyetlerinin tarihiyle iç içedir. Çünkü batıda ilk yayınlanan dergiler, bilimsel amaçlı dergilerdir" (MEGEP: 2011). Tarihteki ilk dergi, 1663-1668 yılları arasında *Erbauliche Monaths-Unterredungen* (Örnek Aylık Tartışmalar) ismiyle Hamburglu ilahiyatçı ve şair Johann Rist tarafından başlatılmıştır (http://www.britannica.com/topic/Erbauliche-Monaths-Unterredungen Erişim Tarihi: 20.09.2015).

Devamında Avrupa ülkelerinde benzer içerikli dergiler yayınlanmaya başlamıştır. "Fransa'da 1665 yılında *Journal des Savants*, İngiltere'de *Philosophical Transactions of the Royal Society of London* bu tarz yayınlara örnektir" (İnuğur, 2002: 58) (Bkz. Resim 2.3).


LE
IOVRNAL
DES
SCAVANS.
Du Lundy V. Janvier M. DC. LXV.
Par le Sieur DE HEDOVVILLE.
A PARIS.
Chez IEAN CVSSON, ruë S. Iacques, à l'Image de S. Iean Baptiste.
M. DC. LXV.

PHILOSOPHICAL
TRANSACTIONS:
GIVING SOME
ACCOMPT
OF THE PRESENT
Undertakings, Studies, and Labours
OF THE
INGENIOUS
IN MANY
CONSIDERABLE PARTS
OF THE
WORLD.
Vol I.
For Anno 1665, and 1666.
In the SAVOY,
Printed by T. N. for John Martyn at the Bell, a little with-

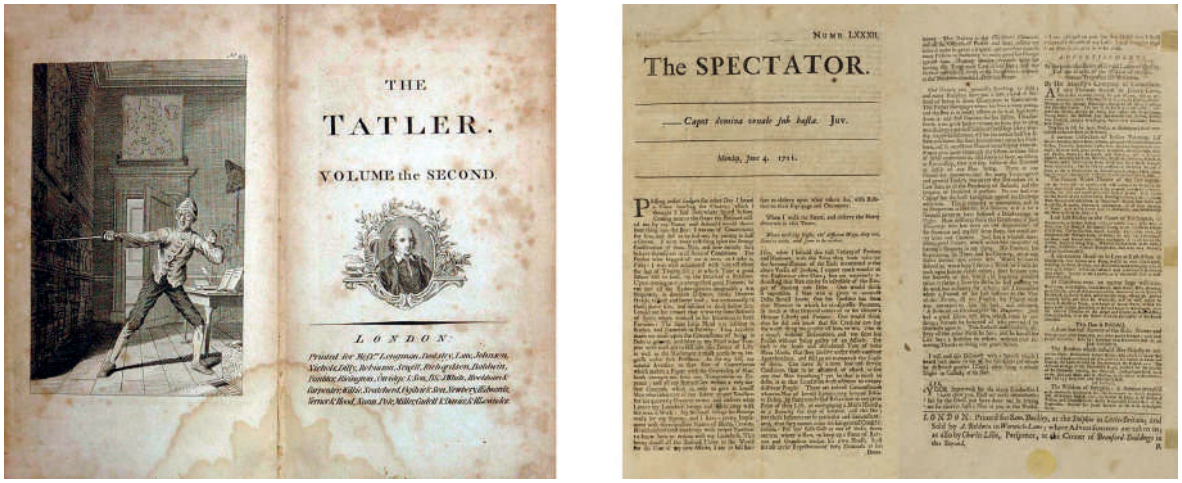
Resim 2.3. *Journal des Savants* (solda) ve *Philosophical Transactions of the Royal Society of London* (sağda) dergisine ait görüntüler

Zamanla bunun gibi bilimsel içerikli dergilerin yanı sıra okurları eğlendirmeye yönelik bir tür magazincilik diyebileceğimiz dergiler ortaya çıkmaya başlamıştır. "1672 yılında Fransa'da yayınlanmaya başlayan *Mercure Galant* (daha sonra ismi *Mercure de France* olarak değiştirilmiştir)" isimli dergi bu türlere örnek olarak gösterilebilir (Bkz. Resim 2.4) (http://global.britannica.com/topic/Le-Mercure-de-France Erişim Tarihi: 20.09.2015).

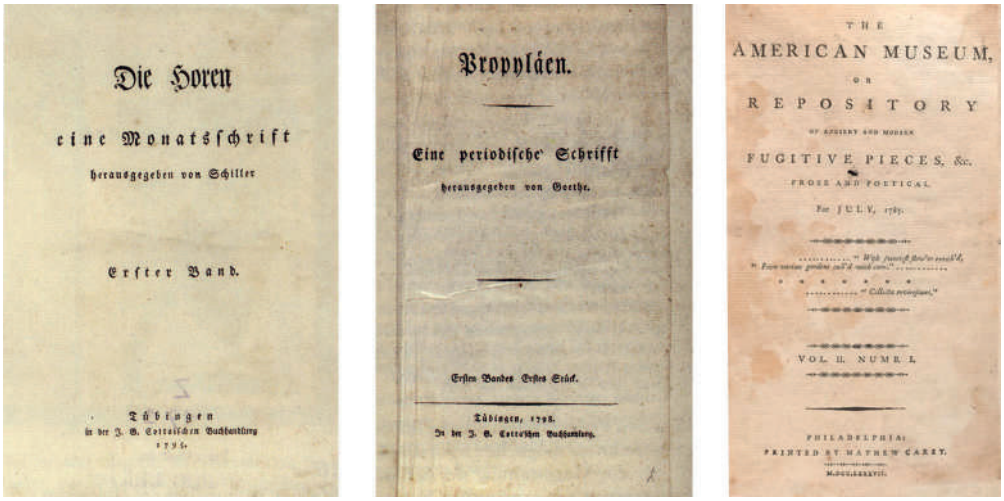


Resim 2.4. *Mercure Galant* dergisi 1672 yılı (solda) ve 1678 yılına (sağda) ait kapak tasarımları

18. yy'da okur yazarlığa olan merakın artmasıyla birlikte, İngiltere'de *Review* (1704-1713), *The Tatler* (1709-1711) (Bkz. Resim 2.5) ve *The Spectator* (1711-1714) (Bkz. Resim 2.5). gibi dergiler kısa aralıklarla yayınlanmasına rağmen insanlar üzerinde büyük etki bırakmıştır. Bu dergileri edebiyat ve siyasi ağırlıklı dergiler takip etmiştir. Almanya'da çıkan *Allgemeine Literatur-zeitung* (1785-1849), Schiller'in *Die Horen*'i (1795-1797) (Bkz. Resim 2.6) ve Goethe'nin çıkarttığı *Propylaen* (1798-1800) (Bkz. Resim 2.6) isimli dergiler edebiyat ağırlıklı dergilerdir. Amerika'da ise daha çok insanları eğlendirmeye yönelik yerel yayınlar basılmıştır. Bu yayınlar *American Museum* (1787-1792) (Bkz. Resim 2.6) ve *New York Magazine*'dir. (1790-1797) (Aktaran: Bayar, 2013: 56).



Resim 2.5. *The Tatler* ve *The Spectator* dergilerine ait görüntüler



Resim 2.6. (Sırasıyla) *Die Horen* (1795), *Propylaen* (1798) ve *American Museum* (1787) dergilerine ait kapak tasarımları

1731 yılında yayına başlayan ve *dergi* adını ilk kez kullanan süreli yayın ise *The Gentleman's Magazine* olmuştur (Bkz. Resim 2.7).



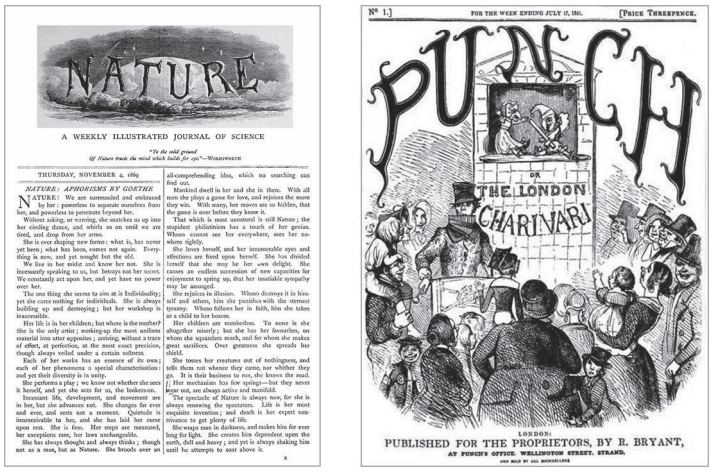
Resim 2.7. *The Gentleman's Magazine* (1788) dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüsü

Dergiler, 19. yüzyılda kentli nüfusun ve okur-yazar oranının artmasıyla birlikte içerik ve tasarım yönünden gelişme göstermeye başlamışlardır.

> Aile bağının idealleştiği bu dönemde kadın dergileri başlı başına bir tür olarak gelişmeye başlamıştır. Giderek ev işleri, mutfak ve giyim konularında yararlı bilgilere ağırlık veren bu dergiler görgü ve moda alanında da yol göstericilik işlevini üstlenmiştir. *The Lady* (1885), *Harper's Bazar* (1867, 1929'dan sonra *Harper's Bazaar*) ve *Vogue* (1892) gibi nitelikli dergiler köklü yayınlar olarak öne çıkmaktadır... (Bkz. Resim 2.8). Bilimsel düşünceleri yaymayı amaçlayan *Nature* (1869) ve İngiliz yaşam biçimini alaycı bir yaklaşımla ele alan *Punch* (1841) yayın dünyasında seçkin bir yer edinmiştir (Ana Britannica Cilt 7, 1987: 162) (Bkz. Resim 2.9).



Resim 2.8. (Sırasıyla) *The Lady* (1885), *Harper's Bazaar* (1867), *Vogue* (1892) dergilerine ait kapak tasarımları



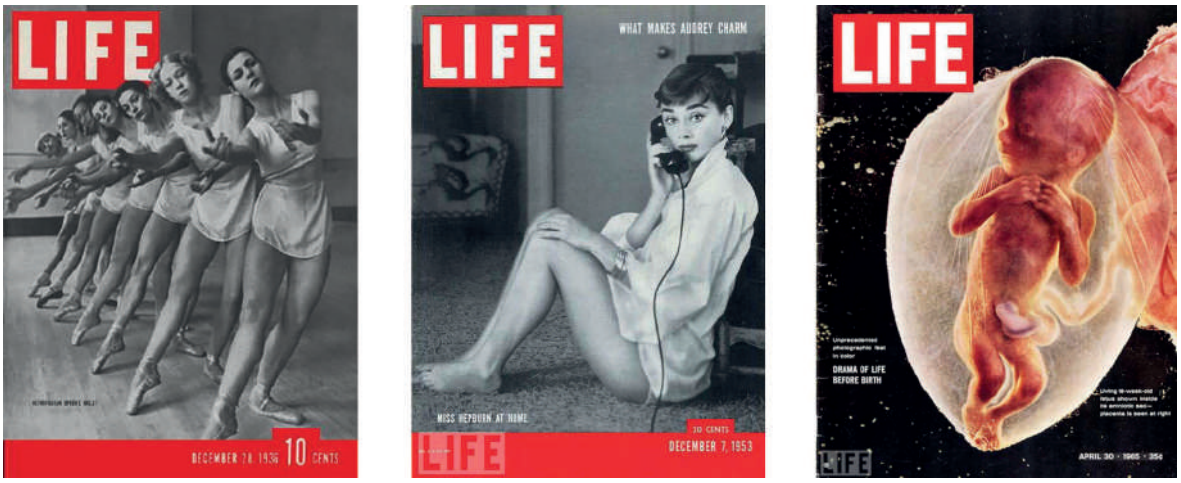
Resim 2.9. *Nature* (1869) ve *Punch* (1841) dergilerine ait kapak tasarımları

20. yüzyılın toplum yaşamına getirdiği hızlı tempo kısa yoldan bilgi edinme gereğine uygun yeni dergi türlerinin doğmasına zemin hazırlamıştır. Bunun ilk örneği haber dergiciliğine öncülük eden Amerikan dergisi *Time* (1923) olmuştur (Bkz. Resim 2.10). Güncel olayları bütünsel bir gelişme içinde sunmayı, sağlam haber kaynaklarına dayanmayı ve bağımsız bir yayın çizgisi izlemeyi temel alan bu derginin başarısı, zamanla haber dergilerinin bütün dünyada yaygınlaşmasına yol açmıştır. ABD'de *Business Week* (1929) ve *Newsweek* (1933), İngiltere'de *News Review* (1936), Fransa'da *L'Express* (1953), AFC'de *Der Spiegel* (1947), İtalya'da *Panorama* (1962) çıkmıştır (Ana Britannica Cilt 7, 1987: 162).



Resim 2.10. *Time* (1923) dergisine ait kapak tasarımları

1923 yılında 35 mm. Leica taşınabilir fotoğraf makinesinin icadıyla dergilerde büyük boy fotoğraflara yer verilmeye başlanmıştır. Böylece hem haber dergiciliğinde hem de dergi reklamcılığında önemli bir ilerleme kaydedilmiştir. Resimli haber dergilerinin en önemlisi 1936-1972; 1978 yıllarında yayınlanan *Life* isimli dergi olmuştur (Bkz. Resim 2.11).



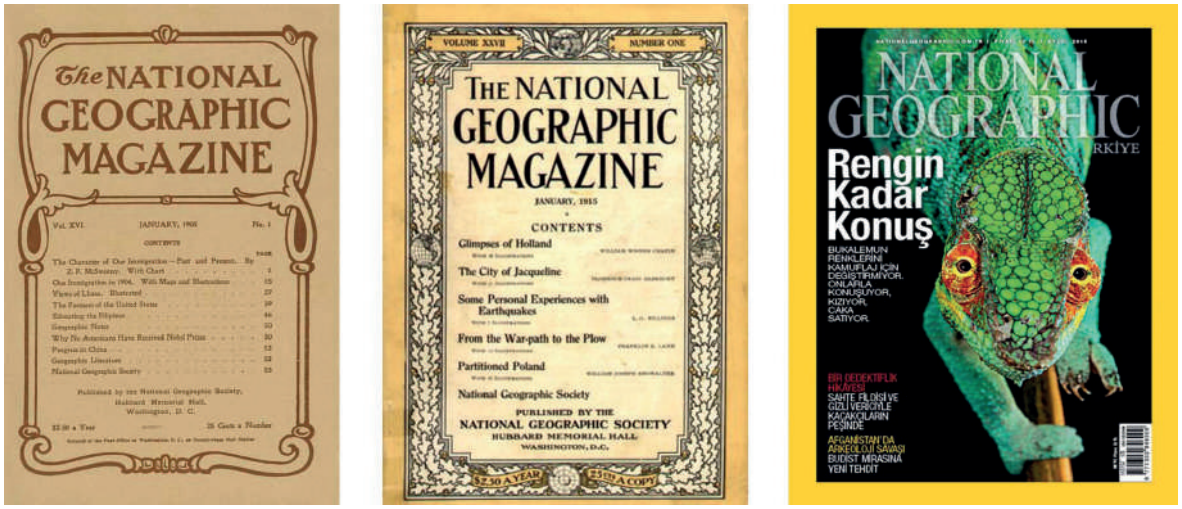
Resim 2.11. (Sırasıyla) 1936, 1953 ve 1965 yıllarına ait *Life* dergisi kapak tasarımları

"*Life*'ın başarılı olması, çok sayıda resimli haber dergisinin çıkmasına neden olmuştur. Bunların en ünlüsü 15 günde bir çıkan *Look* (1937-71; 1979) dergisidir" (Özcan, 1996: 14) (Bkz. Resim 2.12). *Picture Post*, *Illustrated*, *Paris-Match*, *Stern*, *Oggi Illustrato*, *Epoca*, *Tempo*, *People Today*, *Jet* isimli dergilerde geniş resimlere yer veren diğer başarılı haber dergileridir.



Resim 2.12. (Sırasıyla) 1937, 1961 ve 1969 yıllarına ait *Look* dergisi kapak tasarımları

1888'de ilk sayısı yayınlanan *National Geographic Magazine* (Bkz. Resim 2.13) ve 1933'de çıkarılan ilk erkek dergisi *Esquire* günümüzde varlığını sürdüren dergilerden bazılarıdır (Bkz. Resim 2.14). "2001 verilerine göre National Geographic'in 10.5 milyon üyesi bulunmaktadır ve bu üyelerin %20'si İngilizce dışında yayınlanan dergiyi okumaktadır[1]. Derginin dünyada yaklaşık 50 milyon kişiye ulaştığı tahmin edilmektedir" (Kocabay Şener, 2013).



Resim 2.13. (Sırasıyla) 1905, 1915 ve 2015 yıllarına ait *National Geographic* dergisi kapak tasarımları

[1] National Geographic Türkiye yayın hayatına Nisan 2001'de başlamıştır....Aylık bayii satışı 30 bin dolayındadır (Kocabay Şener, 2013).



Resim 2.14. (Sırasıyla) 1933, 1965 ve 2015 yıllarına ait *Esquire* dergisi kapak tasarımları

"Günümüzde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de farklı okuyucu kesimlerine hitap eden dergiler yayınlanmakta, her geçen gün yeni dergiler yayın hayatına adım atmaktadır" (Büyükbaykal G.N., 2013).

2.2 Türkiye'de Basılı Dergilerin Gelişimi

Avrupa'da 17. yüzyılda ortaya çıkan dergicilik Türkiye'de 19. yüzyılda başlamıştır. Bunun en büyük sebebi, Osmanlı bilginlerinin dini gerekçelerle koydukları engellerle matbaanın iki yüzyıl gecikmeli olarak hayatımıza girmesidir.

Tarihimizdeki ilk dergiler Tanzimat Dönemi'nde batılılaşmanın bir uzantısı olarak ortaya çıkmış ve genellikle bilimsel gelişmeleri haber veren yayınlar biçiminde olmuştur. "Dönemin siyasi gazeteleri de dahil olmak üzere yayına başlayan dergilerde ana amaç toplumu oluşturan bireylerin çağın gereklerine uygun vaziyette eğitilmelerine katkı sağlayabilmektir" (Ulusoy Nalcıoğlu, 2013).

"Ülkemizde bilinen ilk Türkçe dergi 1849-1851 yılları arasında 28 sayı yayınlanan ve bir tıp dergisi olan *Vakayi-i Tıbbiye*'dir (Bkz. Resim 2.15). Derginin aynı zamanda Fransızca nüshası da bulunmaktadır" (Yapar Gönenç, 2007). "*Vakayi-i Tıbbiye,* halkın sağlık konusunda eğitilmesini de amaçlamakla birlikte, tıbbi olayları, ilaç ve tıbbi malzemeleri tanıtan telif ve çeviri yazılara yer vermesi bakımından bir meslek dergisi niteliğindedir" (Ana Britannica Cilt 7, 1987: 163).

Bunu takiben "1862-1867 yılları arasında *Mecmua-i Fünun*, 1862-1864 yılları arasında *Mir'at,* 1864'de *Mecmua-i İber-i İntibah*, 1865-1866 yıllarında *Ceride-i Askeriye*, 1866-1873 yıllarında *Mecmua-i İbretnüma* ve *Takvim-i Ticaret*, 1867'de *Ayine-i Vatan* ve *Tuhfet-ül Tıb*, 1873'de *Cüzdan* isimli dergiler çıkarılmıştır" (Aktaran: Oğuzhan, 2013). *Cüzdan* yayınlanan ilk magazin dergisidir. *Mecmua-i Fünun,* fen, matematik, tarih, coğrafya, dilbilgisi gibi konuları ele alan, amacı çağdaş batı düşüncesini yansıtmak olan düzenli yayın aralığına sahip bir dergidir. *Mir'at* dergisi ise Osmanlı Devleti'nde yayımlanan ilk resimli Türkçe dergi olma özelliğini taşımaktadır.

"1863 yılında on sayı yayımlanan ilk müzik dergisi *Musik-i Osmani*, 1867 yılında Filip Efendi tarafından *Mecmua-i Maarif* ve ilk çocuk dergisi *Mümeyyiz* (Bkz. Resim 2.15), 1869 yılında gazetenin haftalık eki olarak 49 sayı yayımlanmıştır " (Aktaran: Oğuzhan, 2013). "İçeriğinde öyküler, haberler, şiirler, eğitsel yazılar bulunan, her sayısı biçim ve içerik açısından özenli olan *Mümeyyiz*, yanlış eğitim yöntemlerini eleştirmiş, eğitime yeni yaklaşımlar sunmuştur" (Çelik, 2014).



Resim 2.15. *Vakayi-i Tıbbiye* (solda) ve *Mümeyyiz* (sağda) dergisine ait görüntüler

İlk mizah dergisi *Diyojen*, 1870 yılında Teodor Kasap tarafından çıkartılmıştır (Bkz. Resim 2.16). "Dergide işlenen konular arasında büyük bir çoğunluğu dönemin siyasi ve sosyal olayları oluşturmaktadır. Mizahi bir üslupla hükümetin yanlışlıkları, suistimalleri, dış ve iç siyasetteki beceriksizlikleri ele alınmıştır. Yayım süresi boyunca üç karikatür basan *Diyojen*, üç kez geçici olarak kapatılmıştır" (Çakır, 2006). Resim 2.16'da *Diyojen* dergisinde yer alan bir karikatür örneği gösterilmiştir. Örnekte, "koleradan korunmak için devletin tütsü verdiği ancak tütsüden yararlananların burunlarını kaybettikleri alaycı çizgilerle gösterilmektedir" (Doğramacıoğlu, 2012).



Resim 2.16. *Diyojen* dergisine ait kapak (solda) ve karikatür (sağda) görüntüsü
(Karikatürdeki metnin anlamı: *Girenlere günlük tütsüsü, çıkanlar na-burun*)

> 1849-1871 yılları arasında yayımlanan dergiler genellikle seçkinler tarafından çıkarılmış ve aynı kesime seslenilmiştir. 1872'de Ahmet Mithat Efendi *Dağarcık*'ı yayımladığında bu durum kısmen değişmiş; *Dağarcık*, kolay okunan yazıları ve vakit geçirmeye olanak veren konuları ile kısa zamanda geniş bir kitlenin ilgisini çekmiştir (Aktaran: Özcan, 1996: 9).

"1880-1890 yılları arasında yayımlanan dergilerin sayısı elliye ulaşmıştır" (Yapar Gönenç, 2007). Bu dergiler arasından en önemlisi baskı ve içerik kalitesiyle dikkat çekmeyi başaran *Mecmua-i Ebuzziya* adlı dergi olmuştur (Bkz. Resim 2.17). "İlk sayısı 22 Ağustos 1880'de çıkan bu derginin yayın hayatı pek çok kesintiye uğramakla beraber 159. sayının çıktığı 15 Ağustos 1912'ye kadar yaklaşık 32 yıl sürmüştür" (Aktaran: Türesay, 2000: 95).



Resim 2.17. *Mecmua-i Ebuzziya* dergisine ait görüntü

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

Servet-i Fünun, *Edebiyat-ı Cedide* (Osmanlıca "Yeni Edebiyat") akımını başlatması ile tarihte önemli bir yer edinmiştir. 1894 yılında ise *Servet'i Fünun*'u eleştiren yazılara yer veren *Malumat* dergisi yayınlanmaya başlamıştır.



Resim 2.18. *Servet-i Fünun* dergisine ait kapak tasarımları
(Orta ve sağdaki kapak tasarımları *Abidin Dino*'ya aittir. *1940.*)

1908 yılında II. Meşrutiyet ile gelen özgürlük ortamı dergi sayılarında artışa sebep olmuş ve yeni dergiler ortaya çıkmaya başlamıştır.

> Belirli bir örgütlenmeyle ya da siyasal akımlarla bağlantılı ilk siyasal dergiler de II. Meşrutiyet döneminde yayınlanmıştır. *Türk Yurdu* (1911) ve *Sebilü'r-Reşad*, siyasal-kültürel ve edebi nitelikli düşün dergileriydi. *Beyanü'l Hak* (1908), *Genç Kalemler* (1911), *Halka Doğru* (1913), *Türk Sözü* (1914), *Edebiyat-ı Umumiye Mecmuası* (1916-19) ve *Yeni Mecmua* (1917) da çeşitli akımlarım temsil etmiştir (Ana Britannica Cilt 7, 1987: 163).

Kurtuluş Savaşı sırasında yayınlanan çoğu dergi milli mücadelenin yanında yer almıştır. "Bu dönemin önemli dergileri arasında *Büyük Mecmua* (1919) (Bkz. Resim 2.19), *Ümid* (1919) (Bkz. Resim 2.19), *Kurtuluş* (1919), *Aydede* (1920) (Bkz. Resim 2.19), *Aydınlık* (1921) ve *Dergah* (1921) yer almaktadır" (Yapar Gönenç, 2007).



Resim 2.19. (Sırasıyla) *Büyük Mecmua*, *Ümid* ve *Aydede* dergilerine ait kapak tasarımları

Bu dönemin en aktif gazetecisi Sedat Simavi, 1916'da haftalık, siyasi, mizah dergisi olan *Hande*'yi, 1918'de *Diken*'i (Bkz. Resim 2.20), 1919'da kadın dergisi *İnci*'yi (Bkz. Resim 2.20), 1921'de ikinci kadın dergisi *Hanım*'ı, 1921'de çocuk dergisi *Hacıyatmaz*'ı, 1933'de siyasal nitelikli dergi *YediGün*[2]'ü (Bkz. Resim 2.20) çıkarmıştır.



Resim 2.20. (Sırasıyla) *Diken*, *İnci* ve *YediGün* dergilerine ait kapak tasarımları

"Kazım Taşkent'in kuruculuğunu, Vedat Nedim Tör'ün yönetimini üstlendiği *Doğan Kardeş* çocuk dergisi, Yapı Kredi Bankası'nın desteğiyle 1945 yılında yayımlanmaya başlamıştır. Önce aylık, daha sonra haftalık olarak çıkan *Doğan Kardeş*, çocuk kitapları yayımcılığının gelişmesine, birçok tanınmış çizerin yetişmesine önayak olmuştur" (Çelik, 2014).

[2] Dergicilik faaliyetleri arasında en çok okura ulaşan ve uzun yıllar yayımlanan YediGün, 15 Mart 1933 ile 17 Ağustos 1950 yılları arasında "Haftalık halk ve aile mecmuası" ibaresi ile 784 sayı yayımlanmıştır (Oğuzhan, 2013).



Resim 2.21. *Doğan Kardeş* (Nisan 1965 ve Aralık 1969) dergisine ait kapak tasarımları

"Doğan Kardeş, çıktığı ilk sayıdan itibaren yaratıcı, sanata ve bilime değer veren çalışkan, yenilikçi bir çocuk modeli yaratmayı amaçlamıştır... Doğan Kardeş'in 1945'ten 1978'e dek süren yayın hayatı, derginin Türkiye'nin siyasi tarihine ışık tutması bakımından da değerlidir" (Çelik, 2014).

1950'lerde haber dergiciliği türü ortaya çıkmıştır. Türkiye'de bu türün öncüsü, Metin Toker tarafından 1954 yılında çıkartılan *Akis* dergisi olmuştur (Bkz. Resim 2.22). "*Akis*, çok partili yaşamın yarattığı özgürlük ortamında *Time* benzeri haftalık siyasi bir dergi ihtiyacını karşılamak üzere *sıkmayan ciddi bir mecmua* sloganıyla yola çıkmıştır. Derginin hedef kitlesini siyasetçiler ve siyasal gelişmeleri yakından izlemek isteyen orta sınıftan insanlar ve aydınlar oluşturmuştur" (Önder, 2014). Bunun devamında *Kim*, *Yankı*, *Nokta* ve *Yeni Gündem* isimli dergiler yayınlanmaya başlamıştır (Bkz. Resim 2.23).



Resim 2.22. *Akis* (12 Mart 1966) dergisine ait kapak ve döneme ilişkin bir karikatür (9 Haziran 1960) görüntüsü



Resim 2.23. (Sırasıyla) *Kim*, *Yankı*, *Nokta* ve *Yeni Gündem* dergilerine ait kapak tasarımları

1952'de aylık *Resimli Hayat* dergisi ve 1956'da gazeteci-yazar Şevket Rado tarafından ilk tifdruk (derin/çukur baskı) baskı tekniği ile basılan haftalık *Hayat* dergisi yayınlanmaya başlamıştır (Bkz. Resim 2.24). Kapaklarında tam sayfa ünlü fotoğraflarına yer veren *Hayat* dergisi, 60'lı ve 70'li yılların en yüksek tirajlı dergisi olmuştur.



Resim 2.24. *Resimli Hayat* ve *Hayat* dergilerine ait kapak tasarımları

1972'de siyasal ve toplumsal konuları ele alan mizah dergisi *Gırgır*'ı takiben *Milliyet Sanat Dergisi*, *Hürriyet Gösteri* ve *Sanat Olayı* gibi sanat ağırlıklı dergiler ortaya çıkmıştır (Bkz. Resim 2.25).



Resim 2.25. (Sırasıyla) *Gırgır*, *Milliyet Sanat*, *Hürriyet Gösteri* ve *Sanat Olayı* dergilerine ait kapak tasarımları

1980'den sonra yayınlanmaya başlayan dergilerden kimileri şunlardır:

Haftalık Magazin Dergileri: *Hafta Sonu*, *TV'de 7 Gün*, *Haftanın Sesi*, *Merhaba*, *Hayat*, *Hey*, *Ses*; Haftalık Mizah Dergileri: *Fırt*, *Çarşaf*, 1987 yılında yayınlanmaya başlayan *Gergedan* (Bkz. Resim 2.26)*;* Haftalık Çocuk Dergileri: *Milliyet Çocuk* (Bkz. Resim 2.26), *Tercüman Çocuk*, *Türkiye Çocuk*, *Hürriyet Çocuk*; Haftalık Siyasi Dergiler: *Nokta*, *Yankı*; Aylık Dergiler: *Ev Kadını*, *Erkekçe*, *Bilim Teknik*, *Bravo*, *OnYedi*, *Samanyolu*, *Kadınca* (Bkz. Resim 2.26), *Kadın.* 1988 yılında aylık kültür dergisi olan *Argos* yayınlanmaya başlamıştır (Yapar Gönenç, 2007) (Bkz. Resim 2.27).



Resim 2.26. (Sırasıyla) *Gergedan* (Mart 1987), *Milliyet Çocuk* (26 Mart 1979) ve *Kadınca* (Ocak 1980) dergilerine ait kapak tasarımları



Resim 2.27. *Argos* dergisine ait kapak tasarımları

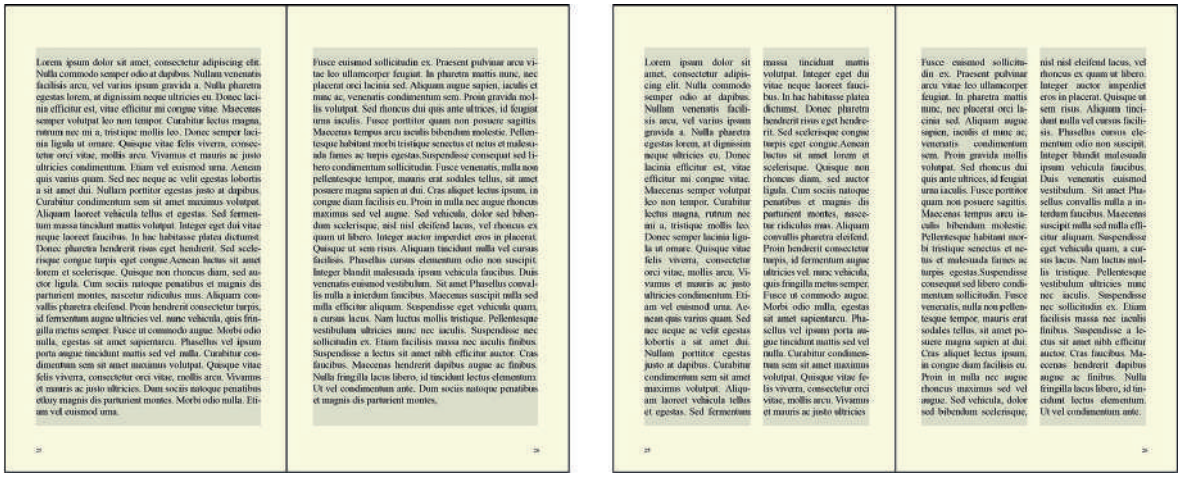
Günümüzde, diğer ülkelerde okuyucular dergilere gazetelerden daha fazla ilgi göstermesine karşın Türkiye'de dergicilik sektörü yeterli ilgiyi görememektedir. Kimlik sorunu, dağıtım ve bilgi eksikliği bu ilgisizliğin başlıca sebeplerindendir. Ülkemizde yayınlanan dergilerin çoğu yabancı kökenli olduğundan Türk insanının ihtiyaç ve sorunlarına çözüm sunan içeriklerden uzaktırlar. Bunun dışında ülkemizde abone dağıtım sisteminin yaygın olmayışı ve dergi yayıncılığının bağımsız kuruluşlara ait olmayışı dergicilik alanının gelişememesinin en önemli nedenlerindendir.

2.3 Basılı Dergi Tasarımı

"Sayfa düzeni, genel bir estetik taslağa göre, bir tasarımın ögelerinin kapladıkları alanla ilişkili olarak yerleştirilmesidir....Sayfa düzeninin ilk amacı, iletilecek görsel ve metinsel ögelerini okuyucunun en az çabayla algılamasını sağlayacak biçimde sunmaktır" (Ambrose ve Harris, 2013: 9). Bunu sağlamak için tasarımın temeli olan; denge, devamlılık, bütünlük, vurgulama, orantı ve görsel hiyerarşi ilkeleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Sayfa tasarımında kullanılacak yazı, resim, şekil vs. gibi elemanların yerleştirilmesine yardımcı olmak için *ızgara (grid)* denilen sistemden yararlanılmaktadır. Izgara sistemini kullanan tasarımcı zamanını verimli bir çeşilde kullanarak başarılı bir sayfa düzeni elde edebilmektedir. "Özellikle gazete ve dergi gibi süreli yayınlarda iyi bir grid tasarımı son derece önem taşır. Özgün ve işlevsel grid, üretilen tasarımın bir kimlik kazanması ve tasarımcının yapabileceklerini zenginleştirebilme adına çok önemlidir" (Uçar, 2004: 152). "Amerikalı ünlü grafik tasarımcı Paul Rand, iyi bir grid üzerinde kötü ve statik tasarımlar oluşturulabileceği gibi, basit bir grid üzerinden de dinamik ve ilginç tasarımlar yapılabilir diyerek bu sistem üzerinde farklılık yaratacak kişinin tasarımcı olduğunun altını çizmektedir" (Aktaran: Pektaş Turgut, 2009: 131).

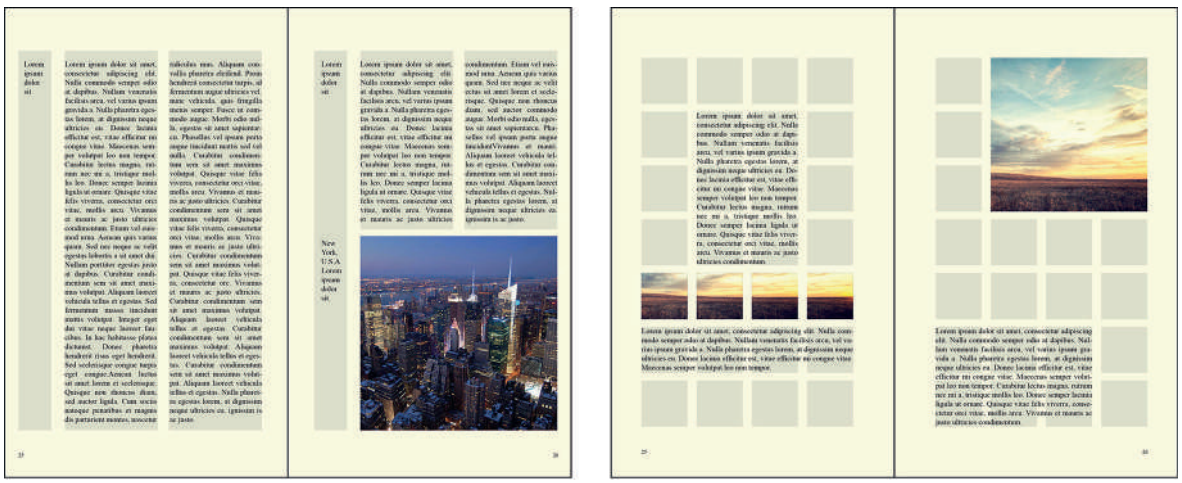
Izgaralar, simetrik ve asimetrik biçimde olabilmektedir. Simetrik ızgaralarda denge hissinin sağlanması amaçlanmaktadır. “Sütun, metnin düzenli bir biçimde sunulması adına, içinde metnin aktığı bir alan veya sahadır” (Ambrose ve Harris, 2013: 34). Resim 2.28’de tek ve iki sütunlu simetrik ızgara örnekleri gösterilmiştir. Tek sütunlu uzun bir metinde okurun göz takibi, iki sütunlu bir metne göre daha zor olmaktadır. Bu sebeple metnin uzunluğuna göre sütun sayısını belirlemek tasarımcıya düşen önemli bir görevdir.



Resim 2.28. Tek sütunlu (solda) ve iki sütunlu (sağda) simetrik ızgara

Asimetrik ızgara sütun ve modül temelli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Bkz. Resim 2.29):
Asimetrik sütun temelli ızgara: “Bir sütunun diğerinden (yanda, üstte) daha dar olduğu, standart, çok sütunlu ızgaradır” (Ambrose ve Harris, 2013: 42).

Asimetrik modül temelli ızgara: Bu ızgara sisteminde yazı ve görseller belirlenen modül içerisinde konumlandırılır. Bu sayede tasarımcı elemanların yerleştirilmesi için daha fazla seçeneğe sahip olmaktadır.



Resim 2.29. Asimetrik sütun temelli (solda) ve asimetrik modül temelli ızgara (sağda)

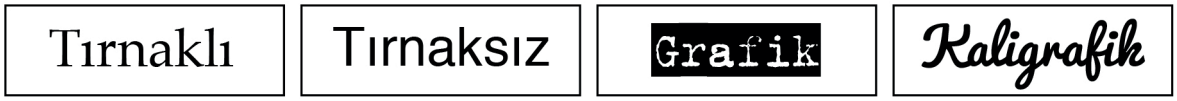
Sayfa tasarımı içerisinde dikkat edilmesi gereken en önemli konulardan birisi de tipografik iletişimdir. "Yazı karakterlerinin iki boyutlu bir yüzeye yerleştirilmesi sanatına-tasarımına *tipografi* denir. Tipografi, yazının mantık sınırlarını zorlamasını sağlar, dikkati diri tutar, insan ruhunu okşar, çileden çıkarır, heyecan verir." (Pektaş, 2011). Tasarımcı Herbert Bayer, "tipografi her ne kadar saf ve esaslı olsa da, bir güzel sanat değil, bir hizmet sanatıdır" sözleriyle tipografinin misyonu üzerine de dikkat çekmiştir (Armstrong, 2012: 44).

İyi bir tipografinin okunurluğu tam olmalıdır. Okunurluğa; yazı karakterinin biçimi, boyutu ve rengi, bloklama biçimi, harflerle kelimeler arasındaki boşlukların kullanımı ve satır aralıkları etki etmektedir. "Bir yazı karakteri, aynı özel tasarıma sahip karakterler, harfler, rakamlar, semboller ve noktalama işaretleri derlemesidir" (Ambrose ve Harris, 2012: 40). "Yazı karakteri adını kullanmamızdan da kolayca anlaşılabileceği gibi, her tipografi bir karakteri ve bir tarzı, kendine özgü bir biçimsel dili bünyesinde barındırır. Bu kişilik, ciddi, güven veren, asil olabileceği gibi, neşeli, samimi, coşkulu ve eğlenceli de olabilir" (Uçar, 2004: 125). Bu sebeple tasarımcının doğru yazı karakteri seçimini yapabilmesi için biçimsel dili okuyabilme yetisine sahip olması gerekmektedir.

Yazı karakterleri, biçimsel özelliklerine göre tırnaklı (serifli), tırnaksız (sans serif/serifsiz), grafik ve kaligrafik yazılar olarak sınıflandırılmaktadır (Bkz. Resim 2.30).

> Serif, harfleri oluşturan ana hatların bitiş noktalarında dekoratif amaçlarla kullanılan ve dikey ya da yatay yönde uzanan kısa vurgulardır. Bu vurgu, birçok serifli yazıda harfin ana hattına yumuşak bir kavis yaparak bağlanır. Serifsiz yazılar olarak adlandırılan kategoride ise böyle bir vurgu yer almaz. Burada harf, sadece gerekli olanın yer aldığı, saf, yalın ve ekonomik bir forma dönüşmüştür. Genellikle serifli yazılar geleneksel tipografi anlayışıyla, serifsiz yazılar da modern tipografi düşüncesiyle daha fazla özleşleştirilmektedir (Becer, 2007: 15).

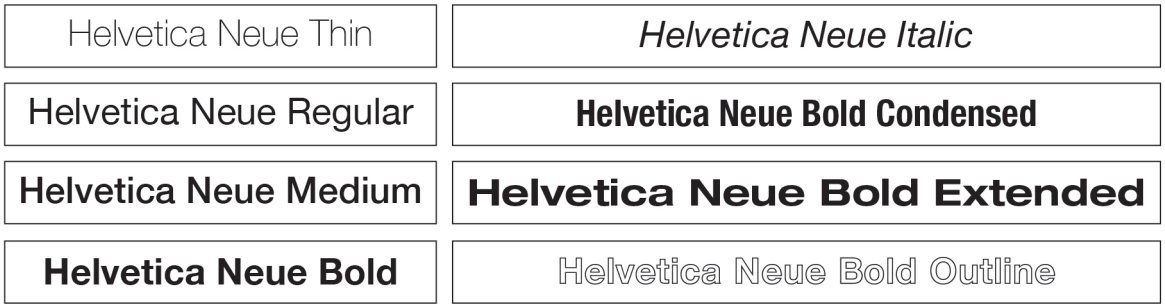
"A.B.D'de yapılan bir araştırma, serifli yazıların uzun metinlerde daha okunaklı olduğunu ortaya koymuştur. Serifler, tipografinin yatay hareketini desteklemekte ve harflerin ayırıcı özelliklerini daha da vurgulamaktadır" (Becer, 2006: 186).



Resim 2.30. (Sırasıyla) Tırnaklı (Palatino), tırnaksız (Helvetica), grafik (Trixie Cameo) ve kaligrafik (Pacifico) yazı karakterlerine ait örnekler

Bir yazı karakteri, farklı et kalınlıklarına (ince/light, normal/regular, orta/medium, kalın/bold vb.), eğimli (italik), daraltılmış (condensed), genişletilmiş (extended) ve kontur (outline) biçimine sahip olabilmektedir. Bu çeşitlilik *yazı ailesi* olarak adlandırılmaktadır (Bkz. Resim

2.31). Yazı aileleri, tasarımcının tipografide hiyerarşik bir yapı kurmasına, vurgu yapmasına ve bunları yaparken tüm metnin birbiriyle uyum içerisinde olmasına imkan sunmaktadır. Yazı karakterinin et kalınlığı okunurluğu etkileyen unsurlardan birisidir. Çok ince et kalınlığına sahip yazı karakteriyle oluşturulmuş metinler zeminde kaybolarak okunması güç hale gelebilmekte, çok kalın yazı karakterleri de form bozulmalarına uğrayabilmektedir.



Resim 2.31. Helvetica Neue yazı karakterine ait örnekler

"Sayfa tasarımı olarak bahsettiğimiz konu, aslında kağıt üzerinde şekillenen bilginin düzenlenmiş halini anlatıyorsa da, günümüzdeki elektronik ortamdaki belgeler, web sayfaları ve etkileşimli grafiklerin temelinde de sayfa tasarımında kullandığımız ilkeler geçerlidir" (Uçar, 2004: 145).

> Dergi tasarımını değerlendirmenin ilk ve en önemli ölçütü *kimlik* kavramıdır. Bir süreli yayının, yayın felsefesi, tarihi, yayınlayanın ya da yayıncılar topluluğunun dünyaya ve kültüre bakışı o yayının kişiliğini yani ruhunu oluşturmaktadır. Yayının kişiliğinin görünür ya da gösterilir hale gelmesine *görsel kimlik* denilmektedir (Haydaroğlu, 2001: 17).

Derginin boyutu, logo ve renk kullanımı, yazı karakterleri, sayfa düzeni, kağıdın türü ve dokusu basılı derginin görsel kimliğini oluşturan elemanlardan bazılarıdır.

> Kanarya Adaları Resmi Mimarlık Koleji için hazırlanan *BASA* isimli yayın, dergi formatının ne kadar dinamik olabileceğine örnektir. Sayfa düzeni ve tempodaki çeşitlilik, görsel olarak çekici, karşılıklı sayfalar yaratmaktadır. Tutarlılık vardır; sayfalar tek bir dergiyi oluşturmaktadır fakat aynı zamanda sayfaları çevirdikçe farklılık ve heyecan bulunur. Öğeler arasındaki ilişki ve çevre, tam sayfa imgelerin ve karşıtlık içeren beyaz alanların kullanılmasıyla, tekrarlayan bir motife dönüşmektedir (Ambrose ve Harris, 2013: 169) (Bkz. Resim 2.32).



Resim 2.32. *BASA* dergisine ait görüntüler

"Dergiler ciltli ve kapaklıdır. Bir dergi ele alındığında kapağı dikkat çeker. Bu nedenle dergide kapak tasarımı son derece özen gösterilmesi gereken bir konudur" (Aktaran: Büyükbaykal C.I., 2013). Derginin kapağı satış oranlarını da büyük ölçüde etkilemektedir.

> Türkiye Dergi Reklam Platformu'nun yaptığı araştırmaya göre Türk dergi okurunun dergi alırken dikkat ettiği etmenler şu şekildedir: Derginin ele aldığı konular %86, kapak tasarım %41, kapakta yer alan konular %61, kapakta yer alan ünlü fotoğrafı %19, dergi ile verilen ekler %51, derginin kalınlığı/sayfası %25 (Aktaran: Şenyapılı, 2013: 59).

Kapaklar, derginin içeriği hakkında bize bilgi vermekte ve çoğunlukla daha kalın gramajlı kağıtlara basılarak iç sayfalardan ayrılmaktadır. Bazı dergiler bunu bir adım öteye taşıyarak, kapak üzerinde kabartma (gofre), varak (altın yaldız) gibi baskı tekniklerine, kapağın 3 boyutlu görünmesini sağlayacak kesim uygulamalarına veya değişik kağıt türlerine yer vermektedir. Alman grafik tasarım dergisi *Novum*'un yaratıcı kapak tasarımlarını buna örnek olarak gösterebiliriz (Bkz. Resim 2.33).



Resim 2.33. *Novum* dergisine ait kapak tasarımları

Süreli yayının görsel kimliğinin oluşmasında ve okuyucunun zihnine yerleşmesinde en önemli unsurlar süreklilik, tanınabilirlik ve tutarlılıktır....Günümüzde yayımlanan dergilerin kapak tasarımları içinde, görsel bütünlük, süreklilik ve tutarlılık açısından en iyi örnek, başından beri Bülent Erkmen'in tasarladığı *Arredamento Mimarlık* (daha önce *Arredamento Dekorasyon* adıyla yayımlanıyordu) dergisidir. Erkmen'in *Arredamento* kapakları bilinçli ve ölçülü bir tavırla tasarımcı tarafından, yıllar içinde geliştirilmiş, tasarım tutarlılığı hep korunagelmiştir (Haydaroğlu, 2001: 18) (Bkz. Resim 2.34).



Resim 2.34. *Arredamento Mimarlık* ve *Arredamento Dekorasyon* dergisine ait kapak tasarımları

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile artık birçok dergiye elektronik ortamdan ulaşılabilmektedir. Fakat kağıdın kokusunu seven, kağıda dokunarak okumaktan zevk alan, dergilerini kütüphanelerinde sergilemek, arşivlemek isteyen kitleler yayınların basılı versiyonlarını satın almaya devam etmektedir.

2.4 Basılı Hava Yolu Dergileri

"Şirketler sahip olduğu markayı ileriye taşıyıp iyi bir imaj oluşturup, kuruma artı değer katmak için kurumsal iletişim faaliyetlerini her geçen gün yüklü bütçelerle sürdürmektedirler" (Kazan, 2013). Kurumsal iletişimin önemli bir aracı da *kurumsal dergiciliktir.* Kurumsal dergicilik, kurum içi ve kurum dışı dergiler olarak ikiye ayrılmaktadır. "Kurum içi dergilerin amaçları, verimliliği ve motivasyonu artırmak, eğitmek, bilgilendirmek, çalışanlarla iletişim kurmak iken; kurum dışı dergilerin amacı bir ürün, hizmet ya da fikri satmaktır" (MEGEP, 2008). Kurum dergileri, hedef kitleye ulaşabilme ve finansal destek açısından tüketici dergilerine göre daha avantajlı konumdadırlar.

Birçok hava yolu şirketi, seyahat noktalarıyla ilgili bilgi vermek, firma hakkındaki haber ve kampanyaları duyurmak gibi amaçlarla kendi kurum dışı dergilerini çıkarmaktadırlar. Genellikle uçak koltuklarının arka cebinde konumlandırılan basılı uçak içi dergileri her ay, uçak ile seyahat eden birçok insan ile buluşmaktadır. İş ya da turistik amaçlı seyahat eden, ekonomisi belli bir seviyede olan kesime ulaşan uçak içi dergilerinin oldukça önem taşıdığını söyleyebiliriz.

Tarihteki ilk hava yolu dergisi *Pan Am* kısaltmasıyla bilinen Pan American World Airways tarafından çıkartılmış, ancak "KLM Hollanda Kraliyet Hava Yolları tarafından 1966'nın Ocak ayında çıkarılan *Holland Herald* isimli dergi ilerleyen yıllarda 123.7 milyon kopyası ve 700 milyon okura ulaşması ile daha uzun soluklu bir başarıya imza atmıştır" (Bkz. Resim 2.35) (http://www.ink-live.com/emagazines/holland-herald Erişim Tarihi: 1.10.2015). Hollanda'da İngilizce yayınlanan en büyük dergi olma özelliğini taşıyan *Holland Herald*, kaliteli fotoğrafları, resimlemeleri ve çözümlenmiş tasarımıyla okurlarıyla buluşmaya devam etmektedir.



Resim 2.35. (Sırasıyla) *Holland Herald* dergisi Ocak/Şubat 1966 (ilk sayı), Ocak 2014 ve Ocak 2016 sayılarına ait kapak tasarımları

INK isimli global medya şirketi; KLM Hollanda Kraliyet Hava Yolları'nın uçak içi satış kataloglarını düzenlemekte, uçuş kartlarına reklam vermekte ve aynı zamanda *Holland Herald* dergisini ve derginin web sitesini yönetmektedir. "1994'te kurulan ve özellikle seyahat sektörü için hizmet veren INK, 26 hava yolu firması için 36 farklı uçuş dergisi yayınlamakta ve medya kanallarıyla her yıl 677 milyon yolcuya ulaşmaktadır" (Shadbolt, 2015).

INK Kurucu Ortağı Michael Keating, uçak içi dergilerindeki okuyucu sayısı artışının, sadece yolcu sayısının yılda %5 oranında artmasıyla bağlantılı olmadığını, bunun sebebinin uzun uçuş boyunca yolcuların vakit öldürmek için birçok şey yaptığını ve yolculuk sırasında dergiye göz atmalarının da kaçınılmaz olduğu şeklinde dile getirmektedir (Shadbolt, 2015).

Keating, uçak ile seyahat eden yolcuların yaş, cinsiyet, seyahat noktası ve zamanı gibi bilgilerinin tam ölçülebilmesi sayesinde uçak içi dergilerinin hedefli reklamcılık için de oldukça önem taşıdığını belirtmektedir. INK ekibine göre, insan uçağa bindiğinde arkasına yaslanır, rahatlar ve bir süre de olsa hayatındaki dikkat dağıtıcı unsurlardan uzaklaşır. Bu an, onun bir sonraki seyahatinde hangi maceraya atılmak istediğine, ne satın almak veya neye yatırım yapmak istediğine ilham vermesi açısından mükemmel bir ortamdır. Bu yüzden INK ekibi, uçak içi dergilerinde bulunan reklamların hedef aldığı tüketici kitleye etkili bir şekilde ulaştığını vurgulamaktadır (http://www.ink-global.com/for-advertisers/magazines/#8S3iAVHSyikboLKJ.97 Erişim Tarihi: 27.10.2015). Bu dergilerde otel, giyim, aksesuar, yiyecek-içecek, araç kiralama gibi çeşitli konularda reklam görselleri bulunmaktadır (Bkz. Resim 2.36).



Resim 2.36. *American Way* (Haziran 2015) uçak içi dergisine ait reklam görüntüleri

Alman hava yolu şirketi Germanwings için *germanwings magazin*, Brüksel Hava Yolları için *b.spirit!*, Bangkok Hava Yolları için *Fah Thai*, American Hava Yolları için *American Way*, easyJet için *easyJet Traveller*, AirClub için *The AirClub magazine*, Filipin hava yolu şirketi Cebu Pacific Air için *smile*, Hong Kong Express için *UO magazine* isimli dergiler INK'in yayınladığı hava yolu dergilerinden sadece birkaçıdır (Bkz. Resim 2.37).



Resim 2.37. (Sırasıyla) *germanwings magazin*, *b.spirit!*, *Fah Thai*, *American Way*, *easyJet Traveller*, *The AirClub magazine*, *smile*, *UO magazine* dergilerine ait kapak tasarımları (Mart 2015)

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de hava yolu firmaları uçak içi dergilerine oldukça önem vermektedir. Yayınlanan bu dergiler kurum imajının yanı sıra Türkiye'yi etkili bir şekilde tanıtma amacını da üstlenmektedir. Ülkemizde hava yolu dergilerinin ilk denemesi, 1973 yılında Türk Hava Yolları (THY)'nın 40. kuruluş yıl dönümünde yayınlanmıştır. Bu dergi sonraki yıllarda *THY Magazin* ismiyle düzenli olarak yayınlanmaya başlamıştır.

> Türk Hava Yolları kendini daha iyi anlatmak, müşterilerine artı değer katmak amacıyla 1983 yılında *THY Magazin* adıyla aylık uçuş dergisini yayınlamaya başlamıştır. 1989 yılında *THY Magazin*, *Skylife* adını alarak yayın hayatına devam etmiştir.... *Skylife* okuru, gezmeyi seven, uçakla seyahat etmeyi tercih eden, eğitim seviyesi ortalamanın üstünde, kültürel ve sanatsal etkinlikleri takip eden, orta ve üst gelir düzeyine ait okuyucuları kapsamaktadır (Kazan, 2013).

Seyahat ve gezi konularının ağırlıkta olduğu *Skylife* dergisi, yıldan yıla logo tasarımı ile birlikte kapak tasarımını da yenileyerek görsel anlamda önemli bir yol katetmiştir (Bkz. Resim 2.38). 1983'de *THY Magazin* ismiyle yayın hayatına giren Türk Hava Yolları uçak içi dergisinin o yıllardaki kapak tasarımında tam sayfa görsel kullanılmakta ve kapağın üst kısmına ortalanmış bir biçimde *THY Magazin* logosu bulunmaktadır. Logo, büyük harflerle (majiskül), ekstra kalın ve tırnaklı bir yazı karakteri ile oluşturulmuş ve kenarları beyaz konturla çerçevelenmiştir. Bu beyaz kontur, gözün arka zemin ile logo ayrımını kolay yapabilmesini sağlamaktadır. *Magazin* kelimesinin yazımında harf arası boşluklara yer verilmediğinden harfler birbirine değmektedir. Bu kullanım biçimi okunurluğu zorlaştırmaktadır. *Magazin* metninin hemen üzerinde sola hizalı bir biçimde *Türk Hava Yolları / Turkish Airlines* yazısı kurumsal renkleri temsilen kırmızı renkte yazılmıştır. Devamında ise Türk Hava Yolları'nın kurumsal logosu ve derginin yayınlandığı ay/yıl bilgisi yer almaktadır. Derginin içeriğinde bulunan önemli konu başlıkları ise sola hizalanarak logoya kıyasla daha modern ve harf arası boşlukları dengeli, tırnaksız bir yazı karakteriyle maddelenmiştir. 1986 yıllarının sonlarına doğru ise tam sayfa görsel kullanılmaya devam edilmiş fakat derginin logosu küçültülerek kapağın sol üst kısmında konumlandırılmaya başlanmıştır.

İlk kez 1989 yılının Aralık ayında *Skylife* ismiyle karşımıza çıkan derginin logosunun büyük harflerle (majiskül), çağdaş bir geometrik düzen içerisinde tasarlanmış kalın tırnaksız bir yazı karakteri ile yazılmış olduğunu ve kapağın orta üst kısmında konumlandığını görmekteyiz. Logonun renk tercihi ise Türk Hava Yolları'nın kurumsal rengi olan kırmızı ve gökyüzünü temsil eden mavi renginden yana yapılmıştır. Bu yıllardaki dergi kapağında tam sayfa görsel uygulamasından vazgeçilmiş, logo beyaz bir zemin üzerinde, kapak fotoğrafı ise onun altında kare ya da dikdörtgen bir çerçeve içerisinde kullanılmaya başlanmıştır. Derginin içerikleri ise diğer yılların aksine kapak görseli üzerine değil, görselin alt boşluğundaki beyaz zemin üzerine yazılmıştır. Bu kullanım okunurluğu kolaylaştırmaktadır.

1992 yılının Temmuz ayında bu kapak tasarımdan da vazgeçen *Skylife* dergisi tam sayfa görsel kullanmaya ve dergi içeriklerini tekrar görsel üzerine yazmaya başlamış, dergi logosunu ise yeniden değiştirme yoluna gitmiştir. Bu logoda tercih edilen yazı karakterinin harf biçimlerinde ince ve kalın hatlar çok belirgin, harf arası boşlukları ise oldukça fazladır. Bu sebeple derginin, bir önceki logosunda yakaladığı okuturluk ve moderniteden uzaklaştığını söyleyebiliriz.

Skylife dergisi, 2000 yılında eğimli ve tırnaksız yazı karakterleri ile oluşturulmuş yeni logo tasarımıyla yayınlanmaya başlamıştır. Logo, aynı yazı ailesinin farklı ağırlıkları kullanılarak oluşturulmuştur. Bu ağırlıklar, *sky* sözcüğünün kalın eğimli, *life* sözcüğünün ise ince eğimli yazılması biçimindedir. Derginin logo tasarımı 2003 yılının Ekim ayında tekrar değiştirilmiştir. Bu yıllardaki logo, tırnaksız ve küçük harflerle (miniskül) tasarlanmış, *life* sözcüğü ise kontur (outline) biçiminde yazılarak *sky* sözcüğünden ayrıştırılmıştır.

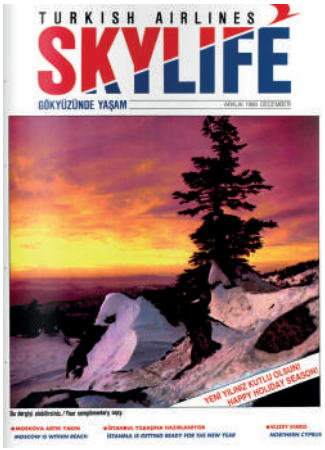
Yıldan yıla değişikliğe uğrayan derginin logo tasarımı Eylül 2009'dan Şubat 2016 sayısına kadar değiştirilmeden kullanılmıştır (Bkz. Resim 2.39). Bu logodaki harf boşlukları doğru ve dengeli bir biçimde düzenlenmiş; *sky* ve *life* sözcükleri için aynı yazı ağırlıkları tercih edilmiştir. Yazı karakteri tırnaklı, tırnak türü ise desteksiz (destekleyici köşebentleri olmayan)'dir. Logo, asil ve kendinden emin bir kişilik izlenimi vermektedir. Bölüm 4'te *Skylife* dergisi detaylı bir şekilde incelenecektir.



1983, Mayıs, *THY Magazin*



1986, Aralık, *THY Magazin*



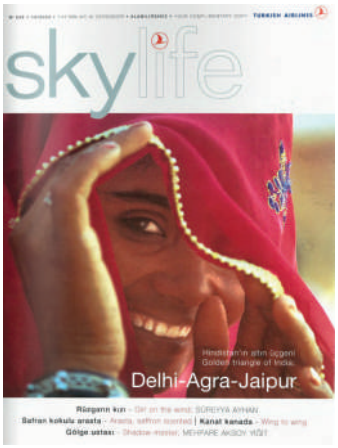
1989, Aralık, *Skylife*



1992, Temmuz, *Skylife*



2000, Ocak, *Skylife*



2003, Ekim, *Skylife*



2009, Eylül, *Skylife*



2011, Ocak, *Skylife*



2014, Kasım, *Skylife*

Resim 2.38. *THY Magazin* ve *Skylife* dergilerine ait kapak tasarımları



Resim 2.39. (Sırasıyla) *Skylife* dergisinin Temmuz 2015, Ekim 2015, Şubat 2016 sayılarına ait kapak tasarımları

Türk Hava Yolları, *Skylife*'a ek olarak; Business class ve first class yolcuları için *Skylife Business*, çocuklar için *Curiocity* (daha sonra *Heroes* ismini aldı), uçak içi eğlence sistemine sahip uçakları için *Skylife Planet* isimli dergiler yayınlamaktadır (Bkz. Resim 2.40). *Empathy* isimli dergisi ise kurum içi iletişimi güçlendirmek amacıyla çıkartılmaktadır (Bkz. Resim 2.41).



Resim 2.40. (Sırasıyla) *Skylife Business* (Eylül 2015), *Curiocity* (Nisan 2014), *Heroes* (Eylül 2015) dergilerine ait kapak tasarımları



Resim 2.41. *empathy* (Ağustos 2015) dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüsü

Türk Hava Yolları'na ait Anadolujet'in gerçekleştirdiği uçuşlarda ise *Anadolujet Magazin* ve Hac/Umre gibi yılın belli dönemlerine özel ek dergiler yayınlanmaktadır (Bkz. Resim 2.42).



Resim 2.42. (Sırasıyla) *Anadolujet Magazin* (Eylül 2015), *Skylife Hac Özel* (2014), *Skylife Umre Özel* (2014) dergilerine ait kapak tasarımları

Hava yolu dergileri çoğunlukla çok dilli yayınlanmaktadır. Türkçe ve İngilizce olmak üzere iki dilli tasarlanan *Skylife* dergisinin Japonya seferleri için Mayıs 2015'ten itibaren sadece Japonca versiyonu da yayınlanmaya başlamıştır (Bkz. Resim 2.43). "Okumaya düşkün bir toplum olmaları ile bilinen Japonlar, uzun süreli Türkiye-Japonya uçuşlarında *Skylife*'ı kendi dillerinde okuyabiliyor olmaktan memnuniyetlerini dile getirirken birçoğunun yolculuk sonrasında dergiyi beraberlerinde götürdükleri gözlenmiştir" (http://www.airporthaber.com/thy-haberleri/thyden-japon-yolcularina-skylife-jesti.html Erişim Tarihi: 07.10.2015).



Resim 2.43. *Skylife Japan* (bahar 2015) dergisine ait kapak ve iç sayfa görüntüsü

"Türk Hava Yolları bugün toplam tirajı 750 bine ulaşan bu dergilerin kağıt ebatlarını ve gramajlarını aşağı çekerek akaryakıt tüketiminde yılda 800 ton, kağıt kullanımında yıllık 500 tonun üzerinde tasarruf gerçekleştirip, doğaya ve ekonomiye kazanç sağlamıştır" (Skylife, Aralık 2013: 67).

Skylife dışında Türkçe içerik sunan hava yolu dergilerine, Pegasus'un *Pegasus Magazine* (Türkçe ve İngilizce), Sunexpress'in *Suntimes* (Türkçe, İngilizce ve Almanca), Atlas Global'in *Glober* (Türkçe ve İngilizce), Onur Air'ın *Onair* (Türkçe ve İngilizce) ve Borajet'in *Borajet Magazine* (Türkçe ve İngilizce)'i örnek olarak gösterebiliriz (Bkz. Resim 2.44).



Resim 2.44. (Sırasıyla) *Pegasus Magazine* (Ekim 2015), *Suntimes* (Eylül 2015), *Glober* (Ekim 2015), *Onair* (Ocak 2016), *Borajet Magazine* (Eylül 2015), dergilerine ait kapak tasarımları

Basılı olarak hayatımıza giren uçak içi dergilerinin bazıları mobil cihaz uygulaması ya da web sayfası biçiminde de okuyucularına ulaşmaya devam etmektedir.

3. ELEKTRONİK DERGİ YAYINCILIĞI

"Elektronik yayıncılık (e-yayıncılık), bilginin bilgisayar ve ağları aracılığıyla üretilip yayılması sürecidir. E- yayıncılıkta bilgisayardan yararlanma biçimleri iki şekilde görülebilir. Bu aşamalardan birincisi yayının hazırlanış aşaması, bir diğeri ise kullanıcılara ulaştırılması aşamasıdır" (Keş, 2006: 1). Elektronik posta (e-posta), elektronik bülten (e-bülten), elektronik kitap (e-kitap), elektronik gazete (e-gazete), web yayıncılığı (World Wide Web, kısaca www veya web) ve elektronik dergiler (e-dergi) elektronik yayın (e-yayın) türleridir.

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

Dergiler, güncel bilgiye ulaşmak için bilimsel araştırmalarda kullanılan önemli kaynaklardır. Fakat gün geçtikçe bu süreli yayınların fiyatlarının artması kütüphane bütçelerini zorlamış ve böylece kütüphaneler elektronik kaynaklara yönelmeye başlamışlardır. Dolayısıyla basılı yayıncılıktan elektronik yayıncılığa geçiş için gösterilen önemli gerekçelerden birinin artan fiyatlar olduğunu söyleyebiliriz.

"Bilişim teknolojisinin değişiminden en çok etkilenen sektörlerin başında *yayıncılık* ve *iletişim* sektörleri gelmektedir. İnternetin giderek yaygınlaşması yayıncıları faaliyetlerini gözden geçirmeye, hizmetlerini elektronik ortama aktarmaya, yeni ürünler geliştirmeye ve yeni bir yayıncılık anlayışı tasarlamaya zorlamıştır" (Çimen, 2011). Bu sebeple artık günümüzde elektronik yayın sayısı git gide artmakta ve bu yayınlara istenilen mekan ve zamanda hızlı bir şekilde ulaşmak mümkün olmaktadır. Üstelik bu yayınlara eklenebilen hareketli görüntüler, videolar, sesler ve etkileşimli uygulamalar ile okuma eylemi daha da çekici hale getirilmektedir.

3.1 Dünyada Elektronik Yayıncılığın Gelişimi

Elektronik yayıncılığın ilk denemesi e-posta (e-mail) ile başlamıştır. "E-yayıncılık kapsamında ilk e-posta iletisi 1964'de MIT (Massachusset Institute of Technology) ve Cambridge Üniversiteleri'nde kullanılmıştır" (Aktaran: Pektaş Turgut, 2009: 46). "İlk e-yayıncılık 1980'lerde düz metin biçiminde düzenlenen e-postalar şeklinde olmuştur ve bunlar e-posta listesi aracılığıyla abonelere gönderilmiştir. Sadece düz metinlerden oluşan bu e-postalar şekil ve resim bulundurmadıkları için sunum açısından oldukça zayıftırlar" (Pettenati, 2001).

Elektronik yayıncılığın gelişmesine katkıda bulunan kurumların başında kütüphaneler yer almaktadır. Örneğin; en eski e-kütüphane projesi olan *Project Gutenberg*'in (Bkz. Resim 3.1) başlangıcından itibaren kütüphaneciler etkin görev almışlardır.

> İsmini matbaanın mucidi Johannes Gutenberg'den alan bu proje, 1971 yılında Michael S. Hart öncülüğünde hayata geçirilmiştir. *Project Gutenberg* genel itibarıyla dijital kitapların oluşturulmasını (dijitalleştirme) ve dağıtımını destekleyen ve kâr amacı gütmeyen bir organizasyon olarak özetlenebilir. Dünyanın en eski elektronik kütüphanesi olan Gutenberg Projesi'nde toplanan eserlerin büyük bir çoğunluğu kamu malı olan, yani telif hakkı süresini doldurmuş kitaplardan oluşmaktadır. *Project Gutenberg*, bu kitapların ücretsiz ve kalıcı bir biçimde, herhangi bir bilgisayarda kullanılabilen açık formatlarda dağıtılmalarını sağlamaktadır.... Proje kapsamında dijitalleştirilerek elektronik ortama sunulmuş ilk belge, *Amerikan Bağımsızlık Deklarasyonu*'dur. 1971'de dijital olarak yayımlanan bu belgenin ardından bir yıl sonra *İnsan Hakları Bildirgesi* projeye dâhil edilmiştir.... Proje bugün için, özellikle geçmişte yaşamış bilim insanlarının kitaplarına ulaşmak için önemli bir dijital arşiv konumundadır. Bu yönüyle araştırmacı ve öğrenciler için önemli bir kaynaktır (Kazancı, 2010).



Resim 3.1. *Project Gutenberg (www.gutenberg.org)* internet sayfasına ait görüntü (Erişim Tarihi: 11.10.2015)

"Hem basılı hem de elektronik kopyaların birlikte yayınlanması anlamına gelen *paralel yayıncılık* ise 1983'te Amerikan Kimya Kurumu'nun (American Chemical Society), yayınladığı dergilerin tam metinlerini bir ticari şirket (BRS) aracılığıyla hizmete sunmasıyla başlamıştır" (Tonta, 1997). "Sadece elektronik olma özelliğini taşıyan ilk dergi 1992'de *The Online Journal of Current Clinical Trials* adıyla yayımlanmıştır. Fakat bu derginin basılı sürümü olmadığından, araştırmacılar tarafından kabul görmemiştir" (Arms, 2000: 52).

1990'lı yılların başında teknoloji daha da gelişmeye başlamıştır. Görüntü ve şekilleri yüksek kalitede saklayabilen, uzun ömürlü ve maliyeti düşük CD-ROM'ların ortaya çıkmasıyla elektronik yayıncılık daha etkin hale gelmiştir. Fakat, bir süre sonra her bir yayın için farklı

kurulum gerektirmesi, güncelleme sorunları ve yetersiz saklama alanları sebebiyle CD-ROM kullanımı giderek azalmıştır.

> Bilimsel araştırma sonuçlarının yayınlandığı elektronik dergilerin sayısında 1991-1997 yılları arasında 30 katlık bir artış olmuştur. *ARL Directory of Electronic Journals, Newsletters and Academic Discussion Lists* adlı yayının 1991'de yayımlanan ilk basımında 110 elektronik dergi listelenmişken, 1997 yılındaki son basımında bu sayı 3400'e çıkmıştır. Söz konusu elektronik dergiler içerisinde hakemli olanların sayısı 1000'in üzerindedir (Aktaran: Tonta, 2000).

"Web paylaşımı ve yayıncılığı 1995-96 yıllarında başlamış ve büyük bir başarı sağlamıştır. Web'in, çoklu ortam araçlarının kullanımına olanak tanıması, (metin, ses ve hareketli görüntünün aktarımı) PDF biçimini kullanması ve metin içinde bağlantıları sağlama olanaklarıyla e-yayıncılığın gelişimine katkıda bulunmuştur" (Keş, 2006: 4).

> İlk çevrim içi gazete ABD'de ortaya çıkmıştır. 1995 yılında sekiz büyük gazete (*The Washington Post*, *Times Mirror*, *Tribune* dahil), baskıyar hazır gazete sayfalarını, çevrim içi olarak anında aktarmak amacıyla, *Yeni Yüzyıl Yayım Ağı* adıyla bir şirket kurarak haber yayımcılığında sanal dönemi örgütsel olarak başlatmışlardır (Onursoy, 2001: 5).

3.2 Türkiye'de Elektronik Yayıncılığın Gelişimi

İnternetin Türkiye'ye girişi 1990'lı yıllarda başlamıştır. "2000'li yılların başlarında sadece kablolar ile bağlanabilen ağ iletişimi, Türkiye'de 2009 yılından itibaren 3G (üçüncü nesil mobil iletişim standartı) teknolojisi ile kablo sınırlılıklarından da kurtulmuş, her zaman her yerde çevrim içi olabilme olanağı kazanmıştır" (Altunay, 2013: 149). Bu ilerlemelerle birlikte yayıncılık kavramı, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızla değişim ve gelişim içine girmiştir.

"Türkiye'de gazeteler 1995 yılında internet yayımına başlamışlardır. İlk basın kuruluşları *Aktüel* dergisi (19 Temmuz 1995'te Boğaziçi Üniversitesi Bilgi İşlem Merkezi üzerinden internete girmiş ve 11 bin 500 bağlantı gerçekleşmiştir) ve *Zaman* gazetesi (2 Aralık 1995) olmuştur" (Onursoy, 2001: 12). "*Zaman* gazetesi o tarihten itibaren, köşe yazıları, güncel, politika, dünya, ekonomi, spor ve medya bölüm başlıkları altında yayın yapmaya başlamıştır" (Karaduman, 2003).

Aktüel dergisinin yaptığı başlangıcın ardından 1995 yılının Ekim ayında *Leman* dergisi çevrim içi yayınlanmaya başlamıştır. "1996 yılının Ocak ayında Behiç Gürcihan yönetiminde yayınlanmaya başlayan *Xn* ise ilk sanal gazetedir" (Aktaran: Nizam, 2006).

Milliyet, 27 Kasım 1996'da gazetenin tamamını düzenli olarak online yayınlayan ilk günlük gazete olmuştur. *Hürriyet* ve *Sabah* gazetelerinin internet ortamına geçiş tarihleri ise 1 Ocak 1997'dir. Daha sonraki süreçte hemen hemen tüm ulusal ölçekli gazeteler, hatta yerel basın, kimi televizyon ve radyolar, kendi internet sitelerini kurmuş ve bu sitelerde de habercilik yapmaya başlamışlardır (Çakır, 2007).

Çizelge 3.1. Türkiye'de elektronik ortamda yayınlanan ilk gazeteler (Gürcan, 2003)

Gazeteler	İlk E-Yayın Tarihi
Zaman	2 Aralık 1995
Turkish Daily News	19 Mayıs 1996
Türkiye	9 Kasım 1996
Milliyet	27 Kasım 1996
Fanatik	25 Aralık 1996
Hürriyet	1 Ocak 1997
Sabah	1 Ocak 1997
Akşam	15 Eylül 1997
Güneş	2 Nisan 1998
Cumhuriyet	7 Mayıs 1998
Milli Gazete	3 Ekim 1998
Star	11 Mart 1999

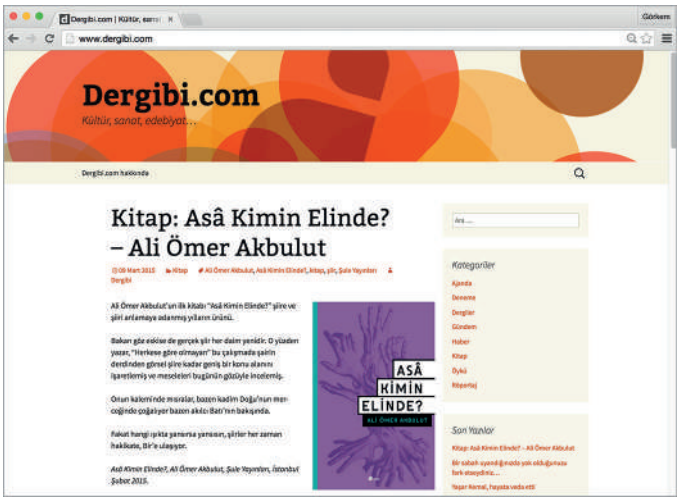
Çizelge 3.2. Türkiye'de elektronik ortamda yayınlanan ilk dergiler (Sabah grubundan) (Aktaran: Nizam, 2006)

Dergiler	İlk E-Yayın Tarihi
Esquire	1 Ocak 1998
Cosmopolitan	1 Şubat 1998
Fastbreak	1 Şubat 1998
Gezi	1 Şubat 1998
Gurme	1 Şubat 1998
Outdoor	1 Şubat 1998
Para	1 Şubat 1998
PC Magazine	1 Şubat 1998
Power	1 Şubat 1998
Sinema	1 Şubat 1998
Top Sante	1 Şubat 1998
Oto Haber	7 Şubat 1998

Türkiye'de 2000-2001 yıllarında yaşanan ekonomik kriz sonucunda işsiz kalan birçok gazetecinin çözüm olarak çevrim içi gazeteciliğe yönelmesiyle birlikte internet haberciliği önemli bir ilerleme göstermiştir. Bu sebeple 2000 yılı ve sonrasında ülkemizde gerçek anlamda internet haberciliği yapılmaya başlanmıştır diyebiliriz.

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

Türkiye'de, internette sanal fotoğraf dergi yayınlama konusundaki ilk girişim *Fotografya* ismiyle Ş. Uğur OKÇU tarafından başlatılmıştır. "13 Mayıs 1997'de internette yayın hayatına başlayan *fotografya.gen.tr*, farklı coğrafyalardan, farklı cinsiyet ve yaş gruplarından, farklı eğitim alanlarından bir grup gönüllü tarafından, tamamen imece usulüyle çıkarılan Türkiye'nin ilk ve en kapsamlı sanal fotoğraf dergisidir" (Kutup ve Benli, 2002). Başarılı bir diğer dergi örneği ise 1999 yılından günümüze kadar gelen *Dergibi* (dergibi.com) isimli elektronik ortamda yayınlanan edebiyat dergisidir (Bkz. Resim 3.2).



Resim 3.2. *Dergibi.com* internet sayfasına ait görüntü (Erişim Tarihi: 17.03.2016)

> Dergibi, 2001 yılında Türkiye Yazarlar Birliği tarafından *Elektronik Yayıncılık* dalında ödüle layık görülmüştür. İnternette edebiyat üzerine çeşitli tartışmalarda rol oynayan dergi, şiirin ve şair özgeçmişlerinin arşivi olmaktan çok, yeni ürünler sunmayı ön planda tutmuştur. Dergibi'de, şiir, öykü ve denemeler, şair ve yazarlarla röportajlar, kitap eleştiri ve tanıtımları, dergi tanıtımları, özel dosyalar, edebiyat alanındaki en son haberler, seçkin edebiyat sitelerine bağlantılar, tartışma forumları, e-posta grubu vb. yer almaktadır (http://www.dergibi.com/hakkimizda/ Erişim Tarihi: 09.10.2015).

Kütüphaneler, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de elektronik yayıncılığın gelişmesine önemli katkıda bulunmuşlardır. Bilgiye erişimi daha kolay ve ekonomik hale getirmek

amacıyla "2000 yılında kurulan Anadolu Üniversite Kütüphaneleri Konsorsiyumu (ANKOS), Türkiye'de elektronik kaynakların kullanımı ve gelişimi konusunda bir dönüm noktası olmuştur" (Çimen, 2011). "ANKOS'un temel görevi üniversite ve araştırma kütüphanelerinin en uygun maliyetle elektronik ürünlere yapılan yatırımı paylaşmalarını sağlamak ve Türk akademisyen ve öğrencilerinin global bilgi ağına en üst düzeyde erişimlerini sağlayacak ortak çalışmalar üstlenmektir" (Karasözen ve Lindley, 2010).

> Konsorsiyumların temel amacının fiyatların mümkün olduğunca aşağıya çekilebilmesi ve kütüphanelerin yayınevlerine karşı pazarlık güçlerinin arttırılabilmesi olduğu gerçeğinden hareketle ülkemizde ANKOS kapsamında yürütülen çalışmalar sayesinde veritabanı fiyatları bazında önemli iyileştirmelerin sağlandığı görülmektedir. ANKOS'un ülkemize sağladığı kazanımlardan birisi de *Türk Ulusal Site Lisansı (TRNSL)*'dır. Böylece veritabanları lisans anlaşmaları yapılırken ANKOS üyelerinin haklarının korunmasına ilişkin önemli bir adım atılmıştır (Atılgan ve Yalçın, 2009).

"ANKOS bugün 60'dan fazla yayıncının 83 ayrı veritabanıyla 1628 anlaşması bulunan; 155 üniversite ve araştırma kurumunun üye olduğu, 50'ye yakın çalışanı ile uluslararası alanda da yerini almış bir konsorsiyum, mesleki bir birlik, büyük bir gönüllü topluluğudur" (http://www.ankos.gen.tr/web/index.php/genelbilgi Erişim Tarihi: 11.10.2015).

Türkiye'de 2005 yılında TÜBİTAK ULAKBİM tarafından *TÜBİTAK ULAKBİM Elektronik Kaynaklar Ulusal Akademik Lisans (EKUAL) Projesi* başlatılmıştır. Bu proje, "ülkemiz araştırma kurumlarının akademik içerikli elektronik bilgi kaynaklarına etkin ve yaygın erişimlerinin sağlanması, ulusal ve uluslararası bilimsel yayın üretiminin etkinleştirilmesi amacıyla dünyanın önde gelen yayınevleri ve veri tabanı üreticileri ile yapılan ulusal lisans anlaşmaları ve çalışmalarını kapsamaktadır" (http://cabim.ulakbim.gov.tr/ekual/ Erişim Tarihi: 11.10.2015). EKUAL sistemi üzerinden çevrim içi e-yayın liste taraması yapmak mümkündür (Bkz. Resim 3.3).



Resim 3.3. *Ekual Tarama* internet sayfasına ait görüntü (Erişim Tarihi: 11.10.2015)

Türk Kütüphaneciler Derneği tarafından yayınlanan *Türk Kütüphaneciliği* dergisi internet üzerinden yayınlanan açık erişimli bir dergidir. Dergi arşivinin tamamına *www.tk.org.tr* adresli internet sayfasından ulaşılmaktadır (Bkz. Resim 3.4).



Resim 3.4. *Türk Kütüphaneciliği* dergisi internet arşivi sayfasına ait görüntü (Erişim Tarihi: 11.10.2015)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'in, *Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Ocak-Mart 2015* verilerine göre 16-74 yaş grubu Türkiye ortalamasının % 70,2'sinin interneti çevrim içi haber, gazete ya da dergi okuma amacıyla kullandığı ölçümlenmiştir (Bkz. Çizelge 3.3). Bu araştırma sonucundan da anlaşılacağı gibi ülkemizde internet kullanan bireylerin çoğunluğu elektronik yayınları takip etmektedir.

Çizelge 3.3. TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2015 (http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028, Erişim Tarihi: 09.10.2015)

TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2015 Ocak- Mart 2015, 16-74 yaş grubu			
Amaçlar	Türkiye	Erkek	Kadın
E-Posta gönderme / alma	49,5	52,9	44,5
İnternet üzerinden telefonla görüşme / video görüşmesi (webcam ile)	38,1	38,8	37,1
Sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşma	80,9	83,1	77,6
Kendi oluşturduğunuz metin, görüntü, fotoğraf, video, müzik vb. içerikleri herhangi bir web sitesine paylaşmak üzere yükleme	62,1	63,9	59,6
Online haber, gazete ya da dergi okuma	70,2	72,3	67,2
Sağlıkla ilgili bilgi arama (yaralanma, hastalık, beslenme, vb.)	66,3	60,1	75,2
Eğitim, staj veya kurslar hakkında bilgi arama	41,3	37,3	47,1
Herhangi bir konu ile ilgili bilgi almak için Wikipedia, On-line ansiklopedi, ekşi sözlük vb. kullanma	47,2	46,1	48,8
Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama	59,4	61,9	55,7
Yazılım indirme (oyun yazılımları hariç)	19,5	22,7	14,8
Web siteleri aracılığıyla toplumsal veya siyasal konular ile ilgili görüşleri okuma veya paylaşma	22,3	24,2	19,7
Toplumsal veya siyasal bir konuda online bir oylamaya katılma	12,0	13,1	10,5

İş arama ya da iş başvurusu yapma	10,1	10,2	9,9
Profesyonel bir gruba katılma	4,4	4,7	3,9
Seyahat veya seyahat ile ilgili konaklama için online hizmetleri kullanma	19,7	21,2	17,7
Mal veya hizmet satışı	20,8	23,1	17,4
İnternet bankacılığı	29,3	34,5	21,8

* Birden fazla seçenek işaretlenebildiği için toplam 100 olmayabilir.

3.3 Elektronik Yayıncılığın Avantajları ve Dezavantajları

Elektronik yayıncılığı basılı yayıncılık ile karşılaştırdığımızda birçok avantajı olduğunu söyleyebilir ve bu avantajları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- E-yayınlara, internet bağlantısının olduğu her noktadan zaman sınırlaması olmaksızın erişim sağlanabilmektedir.

- E-yayınlar basılı yayınlara oranla daha fazla okura ulaşabilmektedir.

- Okur, yayın ile dinamik bir iletişim içine girebilmekte, olumlu ve olumsuz eleştirilerini hızlı bir şekilde paylaşabilmektedir.

- E-yayınların, basılı yayınlar gibi baskı, dağıtım, stok gibi aşamaları bulunmadığından maliyetleri daha düşüktür.

- E-yayınlara eklenebilen hareketli görüntü ve ses gibi çoklu ortam özellikleri sayesinde okuma eylemi daha ilgi çekici hale getirilebilmektedir.

- Yayıncı, yazar, editör ve hakemler arasındaki tüm yazışmalar ve çalışmaların gözden geçirilmesi ve düzeltilmesi elektronik olarak yürütüldüğünden, bir makale veya kitabın değerlendirmeye sunulmasıyla yayını arasında geçen süre çok kısalmaktadır (Tonta, 1997).

- Basılı yayınları arşivlemek için ciddi bir alana ihtiyaç duyulurken e-yayınları küçük dosya boyutlarında bilgisayarlar, CD/DVD'ler ya da harici belleklerde saklamak mümkün olmaktadır.

- E-yayınlar, araştırmacıların bilgiye hızlı ve kolay erişimine olanak vermekte böylece araştırma sürecinin kısalmasına katkıda bulunmaktadır.

- E-yayınlarda bulunan bağlantılı metinler (Hypertext) sayesinde, başka bir elektronik bilgiye aynı anda ulaşmak mümkün olmaktadır.

- Basılı yayınlarda yapılan hatalar basımı yapıldıktan sonra değiştirilememekte ve bilgiler güncellenememekteyken e-yayınlarda değişim ve güncelleme işlemleri kolayca yapılabilmektedir.

- E- yayınlar basılı yayınlar gibi fiziksel yıpranmalara uğramamaktadır.

- Sayfaların boyutu, tasarımı ve içerik miktarı e-yayınlarda daha esnektir.

- E-dergiler içerisinde tam metin tarama yapmak mümkün olmaktadır.

- Elektronik yayıncılık, akademik dünyaya, araştırmacılarla iletişim kurmak, taslakları birbirine göndermek ve geri bildirim almak olanaklarının yanı sıra, kütüphanelerin çevrim içi kataloglarına, tam metin ve sayısal veri tabanlarına, elektronik kitaplara, elektronik ansiklopedilere, uygulama yazılımlarına, elektronik ön bası belgeliklerine, araştırma raporlarına, teknik raporlara, elektronik tezlere ve elektronik dergilere ulaşma şansını da vermektedir (İnceelli ve diğerleri, 2004).

- Okur, basılı dergiyi mağazadan satın almak yerine, eğer varsa elektronik versiyonlarını çevrim içi olarak kolay ve hızlı bir şekilde satın alabilmektedir. Çoğu zaman kitapçılarda ambalajı olduğu için derginin içeriğini incelemek mümkün olmamaktadır. Fakat yayıncılar derginin bir kısmını ücretsiz olarak çevrim içi yayınlamış olurlarsa, dergiyi almadan önce inceleme ve satın alıp almama kararını verebilme şansımız olmaktadır.

Elektronik yayınların avantajlarının yanı sıra dezavantajları da bulunmaktadır. Bunlar ise:

- Elektronik yayınları okuyabilmek için öncelikle internet bağlantısına, bilgisayar, tablet ya da akıllı telefon gibi elektronik yayın görüntüleme cihazlarından birine ve bunları kullabilme bilgi, becerisine sahip olmak gerekmektedir.

- Elektrik kesintisi, internet bağlantısı problemleri gibi teknolojik sorunlar sonucunda e-yayınlara erişim yapılamamaktadır.

- Basılı yayınlara alışık olan okurların çoğu, ekran ışığının parlaklığı ve ekran üzerinden yapılan yazı takibinin gözleri yorduğu gerekçeleriyle e-yayınları tercih etmemektedir.

- Çoğu araştırmacı, elektronik yayınları bilimsel çalışmalarda kullanmak adına yeterince ciddiye almamakta, güvenilirliklerine şüpheyle yaklaşmaktadır.

- Geleneksel kağıt yayımcılığında yayımın kağıdı, mürekkebi seçilerek ve görüntünün yönlendiriciliğini ortaya koyan kalite, görünümdeki değişmezlik elde edilebilirken, online yayımcılıkta bilgisayar ve ekran çiftinin kullanıcıda farklılaşması nedeniyle, yazar ya da yayımcının görüntü kalitesinde daha az kontrol sahibi olmaktadır. Başka bir deyişle her okur ekranında farklı görünüm sağlamaktadır (Onursoy, 2001: 15).

- Elektronik ortamdaki bilgiler kolayca kopyalanabilmekte, değiştirilebilmekte ve silinebilmektedir. Bu tür kopyalama, değişiklik ve silmeler kazayla olabileceği gibi, iyi (güncelleme, geliştirme) ya da kötü amaç (aşırma, çalma, başkasının çalışmasını kendisininmiş gibi gösterme) güdülerek de yapılabilmektedir (Tonta, 1997).

- Basılı ortamdaki bilgi kaynaklarının arşivlenmesinden hangi kuruluşların sorumlu olduğu açık iken, elektronik yayınların arşivlenmesinden hangi kuruluşların sorumlu olduğu belli değildir (Tonta, 2000).

- Okuru başka sayfalara yönelmeyi teşvik eden çok fazla bağlantı, yavaş yükleme, okuma güçlüğü gibi teknolojik problemler okurun ilgisinin basılı yayınlarda olduğundan çok daha çabuk dağılmasına neden olmaktadır (Keş, 2006: 11).

- E-yayınları okumak için standart bir yayın formatı ve cihazı bulunmamaktadır.

3.4 Elektronik Yayın Formatları

Elektronik yayınlar içerik açısından basılı yayınlarla benzerlik göstermesine karşın tasarım ve yayın formatları yönüyle farklılık oluşturmaktadırlar. E-yayınlar için öncelikle bilginin içeriğine uygun olarak en etkili sunum ortamına karar verilmesi ve buna bağlı olarak tasarımının yapılması gerekmektedir. Bu anlamda tasarımcılar sürekli gelişen teknolojilere de hakim olmak durumundadır.

Çizelge 3.4, tasarlamak istediğiniz e-yayının formatını belirlemeniz için hazırlanmış hızlı bir referans niteliğindedir. Hangi elektronik yayın formatının ne tür özellikleri desteklediğini aşağıdaki çizelgeden görebilirsiniz.

Çizelge 3.4. E-yayın formatlarının içerik ve etkileşim desteği (Burke, 2015: 35)

İçerik ve Etkileşim Desteği	Elektronik Yayın Formatları						
	EPUB	Sabit Düzenleme	Kindle Formatı	PDF	Sayısal Kopyalar	Etkileşimli Dergiler	HTML 5
Yenilenebilir Metin Akışı	✓		✓	⦿	⦿		✓
Ses	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Video	⦿	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Video-Belirli zaman veya görüntülere bağlantı		✓	✓	✓			✓
Hiperbağlantı (URL, e-posta, telefon, SMS, Apple, App Store/ Google Play/ BlackBerry App World)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
İçeriğe ait hiperbağlantılar	✓	✓	✓	✓		⦿	✓
Sayfaları küçük resim biçiminde gösterme	⦿		⦿	✓	✓	✓	⦿
JavaScript	⦿	⦿	⦿	✓		⦿	✓
Formlar				✓		⦿	✓
Buton eylemleri				✓		✓	✓
Buton başına çoklu eylemler				✓		✓	✓
Yakınlaştırma	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Görüntü kaydırma		✓	✓	⦿		✓	✓

Görüntü slayt gösterisi		✓	✓	✓		✓	✓
Video slayt gösterisi		✓	✓	✓		✓	✓
İçeriği yenisiyle değiştirme				✓		✓	✓
Sayfa içi gömülü web içerikleri				⦿		✓	✓
Panoramalar						✓	✓
3 boyutlu döndürülebilir görüntüler						✓	✓
Sayfa içi kaydırılabilir içerik						✓	✓
Vektör grafikler	✓	✓	✓	✓			✓
Sayfa içi hareketli objeler	⦿	✓	✓			✓	✓
Sürükle-bırak nesneleri							✓
Dinamik sunucu-besler içerik	✓			✓		✓	✓
Ek dosyalar				✓			

(✓) Yayın formatı bu tür içerik ve etkileşimi destekliyor.
(⦿) Yayın formatı, bu tür içerik ve etkileşimin hepsini değil sadece bazılarını destekliyor, ve/veya formatın üretildiği sistem ya da yazılımlardan bazıları bu seçeneği destekliyor.

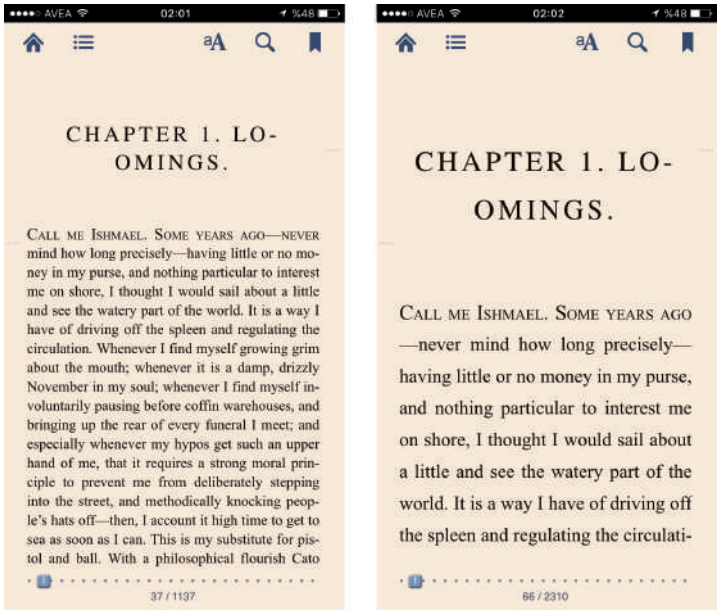
3.4.1. EPUB

Adını *electronic publishing* kelimesinin kısaltmasından alan EPUB, e-kitap standardı olarak bilinen ve mobil cihazlarda kullanılmak üzere geliştirilmiş bir dosya biçimidir.

"Eylül 2007'de Uluslararası Sayısal Yayıncılık Forumu (IDPF) tarafından, e-kitap standartlarına yeni bir standart olarak kullanıma açılan EPUB'ın yeni özellikler içeren sürümü 2.0.1, Eylül 2010'da yayınlanmıştır. Ekim 2011 yılında ise 3.0 sürümü geliştirilmiştir" (Özoğlu Y., Kaysi ve Özoğlu F., 2014). Bu sürüm ile kitaplar içine ses, animasyon ve video dosyalarının eklemesi mümkün kılınmıştır. "EPUB'ın günümüzdeki en gelişmiş sürümü EPUB 3.0.1'dir" (IDPF, 2015).

Yenilenebilir Metin Akışlı (Reflowable) ve *Sabit Düzenleme (Fixed Layout)* özelliklerine sahip olmak olmak üzere iki tür EPUB formatı bulunmaktadır.

a) Yenilenebilir Metin Akışlı EPUB: Okuyucu arzu ederse, bu formattaki e-yayının yazı karakterini ve boyutunu değiştirebilmektedir. *Yenilenebilir Metin Akışı* özelliği sayesinde metin kendini cihazın ekran ve yazı karakteri boyutuna uygun şekilde ayarlayarak yeni sayfa düzeni oluşturmakta ve ekrana sığmayan kısımları yeni sayfalara aktarmaktadır. Bu değişimlere bağlı olarak sayfa sayısı da artış göstermektedir (Bkz. Resim 3.5). Resim 3.5'i incelediğimizde, soldaki görüntüde sayfa sayısı 1137 iken sağdakinde yazı karakteri boyutu arttırıldığı için sayfa sayısının 2310'a çıktığını, ayrıca okunan sayfanın numarasının da 37 iken 66 olarak değiştiğini görmekteyiz.



Resim 3.5. *Yenilenebilir Metin Akışlı EPUB* formatındaki e-kitabın akıllı telefondaki görüntüsü

Dosya boyutları oldukça küçük olan bu format çoğunlukla metin ağırlıklı e-kitap, e-bülten ve e-gazete yapımlarında tercih edilmektedir.

b) Sabit Düzenleme (Fixed Layout) EPUB: Bu formata sahip e-yayınlar diğerinin aksine metni hem cihazın ekran özelliklerine uygun ayarlayamamakta hem de okuyucunun yazı karakteri boyutunu değiştirmesine olanak tanımamaktadır. *EPUB-Sabit Düzenleme* formatı çoğunlukla elektronik çocuk kitapları (Bkz. Resim 3.6) ya da elektronik fotoğraf kitapları gibi görsel ögelerce zengin yayınlar tarafından tercih edilmektedir.



Resim 3.6. *EPUB-Sabit Düzenleme* formatlı e-çocuk kitabının tablet üzerindeki kapak (solda) ve iç sayfa (sağda) görüntüsü

3.4.2. Kindle formatları

İnternet üzerinden alışveriş imkanı sunan *Amazon.com* tarafından 2007 yılında piyasaya sunulan *Kindle* cihazı en çok tercih edilen e-kitap okuyucusudur. Bu cihazlar kullanıcılara *Kindle Store* üzerinden e-kitap alışverişi yapabilme ve indirilen kitapları okuyabilme imkanı sunmaktadır. Diğer e-kitap okuyucularının aksine *Kindle*'lar Amazon'un kendi e-kitap formatlarını kullanmak üzere tasarlandıkları için EPUB formatını kullanmamaktadırlar. Fakat Kindle'ın *KindleGen* isimli aracıyla EPUB belgeleri Kindle formatlarına çevirmek mümkündür. Bu formatlar, AZW, MOBI, PRC, KF8 (Kindle Format 8) ve KFX (Kindle Format 10)'dur.

3.4.3. PDF (Portable Document Format)

"Taşınabilir Belge Formatı (PDF), belgeleri yazılım, donanım veya işletim sisteminden bağımsız olarak sunmak ve paylaşmak için kullanılan bir dosya formatıdır. *Adobe* tarafından bulunan PDF, artık Uluslararası Standartlaştırma Organizasyonu (ISO) tarafından yönetilen bir açık standart olarak kullanılmaktadır" (Adobe Acrobat, 2015).

> 1991 yılının ilkbaharında, *Adobe*'nin kurucu ortağı John Warnock, *The Camelot Project* adıyla yola çıktığı fikirle basılı belgeden dijital belgeye geçiş devrimine damgasını vurdu. *Camelot*'un hedefi, kuruluşlara "her uygulamadan belge almak, bu belgelerin elektronik sürümlerini diledikleri yere göndermek ve bunları her makinede görüntülemek ve yazdırmak" için gerek duydukları araçları sunmaktı. *Camelot*, 1992 yılının sonbaharına doğru PDF olarak geliştirildi. 20 yıldan uzun bir süre sonra, dünya çapındaki işletmeler tarafından güvenilerek kullanılan bir format haline geldi (Adobe Acrobat, 2015).

Adobe yazılım şirketi tarafından geliştirilen *Acrobat* programı PDF'leri görüntülemek, yazdırmak, imzalamak ve PDF'lere not eklemek için kullanılan bir standarttır. Acrobat'ın günümüzdeki son sürümü (2015) *Adobe Acrobat Reader DC*'dir ve *Adobe Document Cloud*

ile bağlantılı çalışmaktadır. *Adobe Document Cloud* ile, bulunulan her yerde bilgisayar ve mobil cihazlar aracılığıyla web kullanılarak belge düzenlemek, belgeleri imzalamak ve göndermek mümkün kılınmış, böylece bireylerin ya da şirketlerin işlerini hızlı bir şekilde çözmesi sağlanmıştır.

Kopyalanmasını ve düzenlenmesini önlemek için yazarı tarafından şifreyle korunabilen PDF'ler hemen hemen her cihaz ekranında görüntülenebilmekte ve bu belgelere görsel ögeler ve metinlerin yanı sıra; ses, video ve web bağlantıları da eklenebilmektedir. "Bu özelliklerinin yanı sıra PDF'ler bizlere aşağıda verilen özellikleri sunmamaktadır" (Burke, 2015: 53):

- Cihazın yatay ve dikey yön konumlandırmasına uygun sayfa düzeni,
- Kaydırılabilir alanlar,
- Sayfa içi gömülü web içerikleri,
- 3 boyutlu döndürülebilir görüntüler,
- Büyük e-kitap ve uygulama dükkanları (app stores) aracılığıyla dağıtım imkanı.

PDF, elektronik dergi tasarımlarında en sık tercih edilen yayın formatlarındandır. Dergilerin bazıları PDF'in sunduğu etkileşim özelliklerini içerirken bazıları basılı sayfa görüntülerinin doğrudan PDF'e dönüştürülmüş *sayısal kopyaları* biçiminde okurla buluşmaktadır.

3.4.4. Sayısal kopya (Dijital replika)

Basılı yayınların birebir kopyasının elektronik cihazlarda gösterilmek üzere, hiç bir etkileşim özelliği katılmadan doğrudan PDF'e dönüştürülmüş biçimlerine *sayısal kopya* denilmektedir. Bir diğer yolla sayısal kopyalar, tüm sayfaların JPEG veya PNG olarak kaydedilip, uygun göstericilerle sıralı bir şekilde gösterilmesi şeklinde oluşturulmaktadır. Bu biçim genellikle etkileşimsiz, sayfa görselliğinin büyük önem taşıdığı yayınlarca tercih edilmektedir. Bunlara çizgi romanları örnek olarak gösterebiliriz. Fakat PNG görsellerin iPad tabletlerde bulanık ve pikselli görünmesinden dolayı, bu seçenek pek önerilmemektedir.

Sayısal kopyaların üretimi, etkileşimli yayınlara göre daha kolay ve ucuz olduğu için birçok yayıncı tarafından tercih edilmektedir. Sayısal kopyaya, Pegasus Hava Yolları'nın *Pegasus Magazine*[1] uçak içi dergisini örnek olarak gösterebiliriz (Bkz. Resim 3.7).

[1] Derginin sayısal kopyasına *http://www.flypgs.com/pegasus-hakkinda/pegasus-magazine.aspx* adresinden ulaşılabilmektedir.



Resim 3.7. *Pegasus Magazine* (Eylül 2015) kapak ve iç sayfa görüntüsü

> Okurların sayısal kopyaları okurken yaşadıkları sıkıntıların en büyüğü, tablet ekranına uyması için küçültülmüş sayfa metinlerinin, birçok insanın okuyamayacağı kadar küçük kalması olmuştur. Görüntünün büyütülmesinin ardından ise metinler ekranın görüntüleme alanı dışında kalmaktadırlar. Bu sebeple okuyucu ancak parmağıyla kaydırma işlemi yaparak metnin tümüne ulaşabilmektedir (Nicholas ve Mateus, 2015: 21).

Bu ve bu gibi sebeplerden ötürü okuma yapılırken keyif alınmasını sağlamak ve yayın ile etkileşimi arttırmak amacıyla, yayının elektronik ortama uygun olarak hazırlanmış yeni versiyonuna bütçe ayırmakta fayda görülmektedir. Günümüzde bu değerlere önem veren yayıncılar/kurumlar/bireyler, yayınlarını mobil cihazlara uygun uygulamalar (aplikasyonlar) ya da web sayfaları şeklinde tasarlatmaya başlamışlardır.

3.4.5. Etkileşimli dergiler

Etkileşimli dergiler, tablet ve akıllı telefonlarda görüntülenmek üzere uygulamalar biçiminde tasarlanmaktadır. "İsmi her ne kadar *etkileşimli dergi* olarak bilinse de, bu formattaki yayınlar dergilerin yanı sıra okurla etkileşimi güçlü e-kataloglar, e-kitaplar vs. da olabilmektedir" (Burke, 2015: 59).

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte artık yayın ile kurduğumuz etkileşimin sadece sayfaları çevirme hareketinden ibaret olmadığını görmekteyiz. Etkileşimli dergi formatı; 3 boyutlu fotoğraf ve videolar, 360 derece çekim yapılmış fotoğraflar, hareketli objeler ile zenginleştirilmiş içerikler, sayfa içi gömülü web içerikleri, metni destekleyen videolar/sesler, metnin e-posta ve/veya sosyal medyalar aracılığıyla başkalarıyla paylaşılması gibi birçok özelliğe imkan tanımaktadır.

Bir medya danışmanlık firması olan *Smarter Media Sales*'in başkanı Josh Gordon, *Ad Sales Blog (www.adsalesblog.com)* isimli blogunda yayıncıların işlerini geliştirmesi için öneriler barındıran yazılar yayınlamaktadır.

> "Josh Gordon, etkileşimli dergilerin PDF kopyalardan farkını 3 maddeyle açıklamaktadır" (Silva, 2011):
>
> - Etkileşimli dergiler basılı yayın okurlarının değil, çevrim içi okurların dikkatini çekmek üzere tasarlanmaktadır. Bu sebeple sayfa içerikleri ekranda rahatça okunabilecek büyüklükte ve animasyon, video gibi hareketli ögeleri barındıracak şekilde düzenlenmektedir.
>
> - Etkileşimli dergiler, dergi ve okur arasındaki iletişimin kolay olması için tasarlanmaktadır. Örneğin, okurlar konu hakkında fikir ve yorumlarını paylaşabilir, anket doldurabilir, içeriğin üzerine tıklayarak içeriği izleyebilir ya da indirebilir, üyelik için kayıt yaptırabilir, dergiyi sosyal medyada paylaşabilir… vb.
>
> - Etkileşimli dergiler okurların iletişime geçebildiği reklamlar içermektedir.

Birleşik Arap Emirlikleri'nin uluslararası hava yolu şirketi olan *Emirates*'in *Open Skies* isimli hava yolu dergisinin mobil uygulama biçimindeki versiyonunu etkileşimli dergilere örnek olarak gösterebiliriz. Mobil uygulama mağazalarından indirilebilen *Open Skies* isimli uygulama ile derginin eski ve yeni sayılarına ulaşmak mümkün olmaktadır. Kullanıcı, derginin yeni sayısını indirmediyse uygulamayı açtığında bunun ile ilgili bir uyarı mesajı görmekte ve devamında dergiyi indirip okumaya başlayabilmektedir.

Open Skies hava yolu dergisinin Kasım 2015 sayısını indirdiğimizde küçük bir animasyonla dergi kapağının belirdiğini, içeriğinde ise kaydırılabilir metinler, sürüklenerek açılan bilgilendirme kutucukları, slayt biçiminde fotoğraf gösterileri ve sayfa içi gömülü web içeriklerinin bulunduğunu gözlemlemekteyiz. Bu etkileşimler, derginin basılı formatından ayrışmasını sağlamakta ve elektronik yayıncılık anlayışını da bir adım öteye taşımaktadır (Bkz. Resim 3.8).



Resim 3.8. (Sırasıyla) *Open Skies* kütüphanesi, *Open Skies* Kasım 2015 sayısı kapak ve iç sayfasının *iPad* görüntüsü

Etkileşim özelliklerinin daha yoğun olduğu bu formatta dosya boyutları diğer e-yayın formatlarına kıyasla daha büyük olmakta, dolayısıyla mobil cihazlarda daha fazla yer kaplamaktadır.

3.4.6. HTML5 (Hypertext Markup Language)

Türkçe'ye *Hiper Metin İşaretleme Dili* olarak çevirebileceğimiz *HTML,* web sayfalarının hazırlanmasında kullanılan bir işaretleme dilidir ve günümüzdeki son sürümü HTML5'tir. "Web sitelerinin birbirlerine bağlı sayfalardan oluşması, en önemli özelliğidir. Dolayısıyla bir sayfadan başkalarına geçiş, fareye bir tıklayışla olasıdır. Hatta birey aradığı şeyden kısa sürede uzaklaşarak bu sanal dünyada kaybolabilmektedir" (Onursoy, 2001: 11).

Yakın geçmişte elektronik yayınların bazıları *Flash* programı ile hazırlanmaktaydı. 1997 yılında *Macromedia* şirketi tarafından piyasaya sürülen ve 2005 yılında *Adobe* tarafından satın alınıp ismi *Adobe Flash* olarak güncellenen program ile vektörel grafiklerle animasyonlar hazırlanabilmekte, etkileşimli CD'ler, e-yayınlar ve web sayfaları tasarlanabilmekteydi.

Dünyaca ünlü Apple markasının kurucu ortağı Steve Jobs 2010 yılının Nisan ayında Apple'ın web sayfasında yayınladığı *Thoughts on Flash (Flash Üzerine Düşünceler)*" başlıklı yazısında *Flash*'ın cihazların performasını düşürdüğü ve güvenlik açıkları olduğu gerekçeleriyle *Apple* ürünlerine *Adobe Flash Player* desteği getirmediklerini dile getirmiş, yazının devamında ise tüm web tasarımcılarını HTML5 kullanmaya çağırmıştır. Sonraki yıllarda, *Adobe* şirketinin mobil platformlar için *Adobe Flash Player*'i geliştirmeme kararı alması üzerine *Flash* uygulamalar yerini web uygulamaları alanında zengin içeriklere imkan sunan HTML5'e bırakmaya başlamıştır.

Mobil uygulamalar, *Yerel (Native)* ve *Mobil Web Uygulamalar* olarak karşımıza çıkabilmektedir. Yerel uygulamalar, özel bir cihaz ve işletim sistemi için tasarlanmış, çevrim dışı kullanılabilen ve cihazın tüm donanım özelliklerine erişim sağlayabilen uygulamalardır.

> Yerel mobil platformlar, günümüzde popüler olan iOS ve Android gibi farklı ortamlar için farklı programlama dilleri ve geliştirme paketleri gerektirirler. *Java*, *Objective-C*, *Swift* gibi programlama dilleri bunların başında gelmektedir. Bu bakımdan yerel platformlarda her bir ortam için o ortamın gerektirdiği farklı programlama dilleri kullanılmaktadır. Ayrıca yerel platformlarda her ortam, cihaz ve programlama dili birbirinden farklı özelliklere sahip olduklarından farklı uzmanlıklar ve farklı dinamikler gerektirir (Özdamar Keskin ve Kılınç, 2015).

HTML5 kullanılarak *PhoneGap (phonegap.com)* ve *Apache Cordova (cordova.apache.org)* gibi aracılarla mobil cihazlarda çalışan mobil web uygulamaları geliştirmek mümkündür. Mobil web uygulamalarda esasen uygulamanın içinde bir web sitesi çalışmaktadır. Bu sebeple yerel uygulamaların aksine iOS, Android, Windows yazılımlı cihazlar için ayrı ayrı yazılım gerektirmemektedirler. Fakat mobil web uygulamalar, yerel uygulamalar gibi mobil cihazın tüm donanım özelliklerini kullanamamakta ve aynı zamanda cihazın internete bağlı olma zorunluluğunu taşımaktadır. Bu yüzden uygulama türüne karar vermeden önce okur kitlesinin ve kullanım alanlarının doğru bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Örneğin cihazın kamera ve mikrofon özelliğinden yararlanmak isteyen bir e-dergi için yerel uygulama tasarlamak doğru olacaktır.

HTML5 web uygulaması biçimindeki ilk dergi 2011 yılında yayınlanan *Aside Magazine* isimli bir Alman dergisidir. Okur bu dergiye Apple uygulama mağazasına giriş yapmadan web tarayıcısı üzerinden ulaşabilmektedir (Bkz. Resim 3.9).



Resim 3.9. *Aside Magazine* web uygulamasına ait kapak ve iç sayfa *iPad* görüntüleri

3.5 Elektronik Yayın Görüntüleme Cihazları

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte elektronik yayınları okuyabildiğimiz cihazlar her geçen gün artmakta ve gelişmektedir. Buna bağlı olarak yerli ve yabancı birçok elektronik yayın da artış göstermektedir. E-Kitap okuyucuları, tabletler, bilgisayarlar ve akıllı telefonlar elektronik yayınları okuyabileceğimiz cihazlardır. Fakat elektronik yayınları okumamıza imkan sunan tüm bu cihazların görüntüleyebildiği yayın formatları değişiklik göstermektedir. (Bkz. Çizelge 3.5).

Çizelge 3.5. Cihaz sınıfı özelikleri (Burke, 2015: 9)

	E-Kitap Okuyucuları	Tabletler	Bilgisayarlar	Akıllı Telefonlar
EPUB/Kindle e-kitapları görüntüleyebilir.	✓	✓	✓	✓
Etkileşimli PDF'leri görüntüleyebilir.	⦿	⦿	✓	⦿
Sayısal kopyaları görüntüleyebilir.	⦿	✓	⦿	
Sayısal dergileri görüntüleyebilir.		✓	⦿	⦿
HTML5 e-yayınları görüntüleyebilir.	⦿	✓	✓	✓
Tam renkli ekran görüntüleyebilir.	⦿	✓	✓	✓
Dinamik, beslenebilir içerik görüntüleyebilir	⦿	⦿	⦿	⦿

(✓) Cihaz sınıfı, bu seçeneği destekliyor.
(⦿) Cihaz sınıfı, bu seçeneklerin bazı özelliklerini destekliyor, ve/veya bu cihaz sınıfından bazıları bu seçeneği destekliyor.

3.5.1. E-Kitap okuyucuları

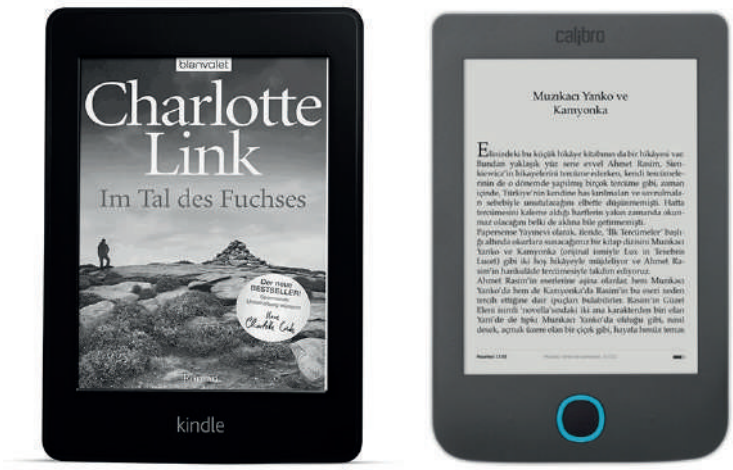
E-kitap okuyucular, elektronik kitap indirmek, okumak ve depolamak için tasarlanıp üretilmiş olan, e-mürekkep (e-ink) ekran teknolojisine sahip okuma odaklı hafif taşınabilir cihazlardır. E-kitap okuyucularını diğer cihazlardan farklı kılan en önemli özelliği, kağıt hissini aynen yaşatan e-mürekkep teknolojisidir.

E-mürekkep, 1997 yılında E-Ink şirketi tarafından bulunan bir elektronik kağıt türüdür. "Elektronik mürekkep binlerce mikroskobik noktadan oluşur. Bir görüntüyü yaratmak için

bu minik noktacıklar elektrikle tetiklenir ve sayfa ortaya çıkar. Bu kadar küçük bileşenlerle oluşan görüntünün netliği de kağıt kadar keskin ve okunaklı olur" (Kuzuloğlu, 2012).

E-mürekkep teknolojisine sahip e-kitap okuyucuları tabletlerin aksine arkadan aydınlatmalı değildirler ve güneşte parlama yapmazlar. Bu sebeple tıpkı bir kitabı karanlıkta okuyamadığımız gibi bu cihazlar ile de karanlıkta okuma yapmamız mümkün olmamaktadır. Fakat bu özellik sayesinde gözler ekstra ışığa maruz bırakılmadığından dolayı daha az yorulmakta ve uzun süreli okuma yapmak mümkün hale gelmektedir. E-mürekkep ekranlı e-kitap okuyucularının, enerji tüketimleri de sayfa çevirme sayısına bağlı olarak değiştiğinden pil ömürleri oldukça uzundur.

Bu cihazlarda okura, metnin yazı karakterini ve büyüklüğünü değiştirerek özelleştirmesine izin verilmektedir. *Kobo*, *Reeder*, *NOOK* gibi markalara ait birçok farklı e-kitap okuyucu mevcuttur. Fakat internet üzerinden alışveriş imkanı sunan *Amazon.com* tarafından 2007 yılında piyasaya sunulan *Kindle* cihazları en çok tercih edilen e-kitap okuyucusudur. Türkiye'de ise *Calibro* isimli e-kitap okuma cihazı *babil.com* ile entegre çalışarak 2014 yılından beri birçok Türkçe yayını bizlerle buluşturmaktadır (Bkz. Resim 3.10) (http://calibro.com/calibro-hakkinda.php Erişim Tarihi: 07.09.2015).



Resim 3.10. *Amazon Kindle PaperWhite II* ve *Calibro Basic* cihazlarına ait görüntüler

3.5.2. Tabletler

2010 yılından itibaren popüler olmaya başlayan ince ve hafif olarak tasarlanmış tabletler, dokunmatik ekran özelliğine sahip taşınabilir elektronik cihazlardır. Sadece ekrandan oluşan bu cihazlar sayısal (dijital) kalemlerle ya da parmak hareketleriyle klavye ve fareye ihtiyaç duyulmadan kullanılmaktadır. Tabletler; internete girmek, çevrim içi alışveriş yapmak, oyun oynamak, fotoğraf ve video çekmek, müzik dinlemek, e-posta göndermek, sosyal ağlara

bağlanmak, elektronik yayınları okumak gibi özelliklerinin yanı sıra isteye bağlı olarak indirilen diğer uygulamalarla başka amaçlara da hizmet etmektedir.

Tabletler, dizüstü bilgisayarlara göre daha kullanışlı ve taşıması kolay olduğu için başta sık seyahat edenler ve iş adamları tarafından daha çok tercih edilmesine karşın bugün birçok kişi tarafından farklı amaçlar için kullanılmaya başlamıştır. Bu cihazlar yatay ve dikey yönde tutularak kullanılabilmekte ve birçok elektronik yayın formatını desteklemektedir. Fotoğraf galerileri, videolar ve sesler gibi çoklu ortam ve etkileşim özelliklerine sahip olan e-dergiler çoğunlukla tabletlerde okunmak üzere tasarlanan uygulamalar biçiminde karşımıza çıkmaktadır.

Tabletleri işletim sistemlerine göre ayırabilmek mümkündür. Apple şirketi tarafından tasarlanıp geliştirilen iOS işletim sistemli *iPad*, kullanılan en yaygın tablet modellerinden biridir (Bkz. Resim 3.11).

Apple; *iPad*, *iPhone* ve *iPod Touch* gibi tüm mobil ürünleri için hem donanım hem işletim sistemini tasarladığından her şey birbiriyle uyumlu olarak çalışmakta ve istenilen uygulamalar *Apple App Store*'dan kolayca indirilip, gerektiğinde güncellenebilmektedir. *App Store* üzerinden satılan bu uygulamalar Apple tarafından incelenip onaylanan uygulamalar olduğundan cihazın performansına uygun olarak güvenilir bir şekilde çalışmaktadır.

Android OS işletim sitemiyle çalışan tabletler ise iOS işletim sistemli tabletlerin en büyük rakibi olarak görülmektedir. *Open Handset Alliance* [2] üyesi Google tarafından geliştirilmiş olan Android, açık kaynak kodlu, Linux tabanlı ücretsiz bir mobil işletim sistemidir. Bu işletim sistemini iOS'dan ayıran en büyük özellik uygulama konusundaki esnek tutumu ve özelleştirme seçeneklerine açık olmasıdır. Kullanıcı Android işletim sistemi sayesinde, *Google Play Store*'da satılmayan birçok uygulamayı indirip kullanabilme özgürlüğüne sahiptir. Fakat Apple'ın aksine, Google'un uygulamaları kontrol etmiyor olması virüslü uygulamaları cihaza taşıma dezavantajını da beraberinde getirmektedir.

Günümüzde Android işletim sistemine sahip birden çok markaya ait tablet seçeneği bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak *Samsung Galaxy Tab S*, *Google Nexus 10*, S*ony Xperia Z2'yi* gösterebiliriz (Bkz. Resim 3.11).

[2] 84 firmanın daha iyi ve ucuz bir mobil hizmet sunabilmek için oluşturduğu uluslararası birlik (http://www.openhandsetalliance.com/oha_faq.html Erişim Tarihi: 05.07.2015)



Resim 3.11. (Sırasıyla) *iPad Mini*, *Samsung Galaxy Tab S*, *Google Nexus 10* ve *Sony Xperia Z2* cihazlarına ait görüntüler

Tablet işletim sistemlerinden bir diğeri ise Windows'tur. Klasik bir dizüstü bilgisayarda kullanılan tüm Windows uygulamalarını çalıştırma amacını taşıyan Windows işletim sistemli tablete örnek olarak *Microsoft Surface Pro 3*'ü gösterebiliriz. *Surface Pen* isimli ekran kalemi ve *Type Cover* klavye aksesuarlarına destek veren bu tablet ile Office programlarını kullanmak ve *Fresh Paint* uygulamasıyla özgürce çizim yapmak mümkün kılınmıştır. (Bkz. Resim 3.12).



Resim 3.12. *Microsoft Surface Pro 3* cihazına ait görüntü

Son olarak Android sistemi üzerine kurulu fakat Amazon tarafından kontrol edilen *Amazon Fire OS* işletim sisteminden bahsedebiliriz. *Amazon Kindle Fire* bu sistemle çalışan düşük fiyatlı bir tablettir ve bu cihaza sahip kullanıcılar uygulamaları sadece *Amazon Market*'ten satın alabilmektedir (Bkz. Resim 3.13). Çünkü Amazon; diğer firmaların aksine, satacağı cihazdan değil *Amazon Market App*'den sunduğu ürünlerle para kazanmayı amaçlamaktadır.



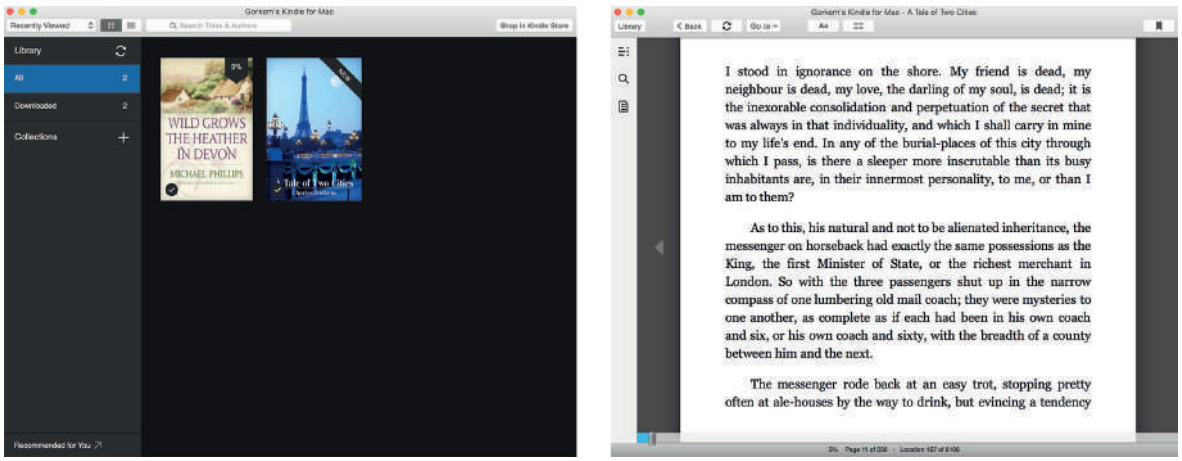
Resim 3.13. *Amazon Kindle Fire* cihazına ait görüntü

Tüm bu çeşitliliklerden de anlaşılacağı gibi tabletlerin standart bir ekran ölçüsü mevcut değildir; fakat yaklaşık olarak 7 ve 10 inç olanları daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Ekran boyutları 10 inç civarı olan tabletler ile elektronik yayınlar yakınlaştırma yapılmadan rahatça okunabilmektedir. Eğer cihazın kullanım amacı okuma odaklıysa, ekran boyutunun doğru seçilmesi oldukça önemlidir.

Tabletlerin ekran boyutları kadar çözünürlükleri de değişkenlik göstermektedir. "10 inç ekran tabletlerin 2048 x 1536, 1280 x 800 ve 1024 x 768 piksel çözünürlüklü seçenekleri bulunurken, 7 inç ekran tabletlerin 1024 x 600 ile 800 x 480 piksel arasında değişen çözünürlükleri bulunmaktadır" (Burke, 2015: 23). Fakat artık ilerleyen ekran teknolojileri sayesinde küçük ekranlarda da yüksek çözünürlük elde etmek mümkün olmuştur. Örneğin 8 inç ekranlarıyla piyasaya sürülen *iPad Mini* tabletler 2048 x 1536 piksel çözünürlükleri ile 10 inçlik tabletlerin çözünürlük kalitesini yakalamayı başarmıştır.

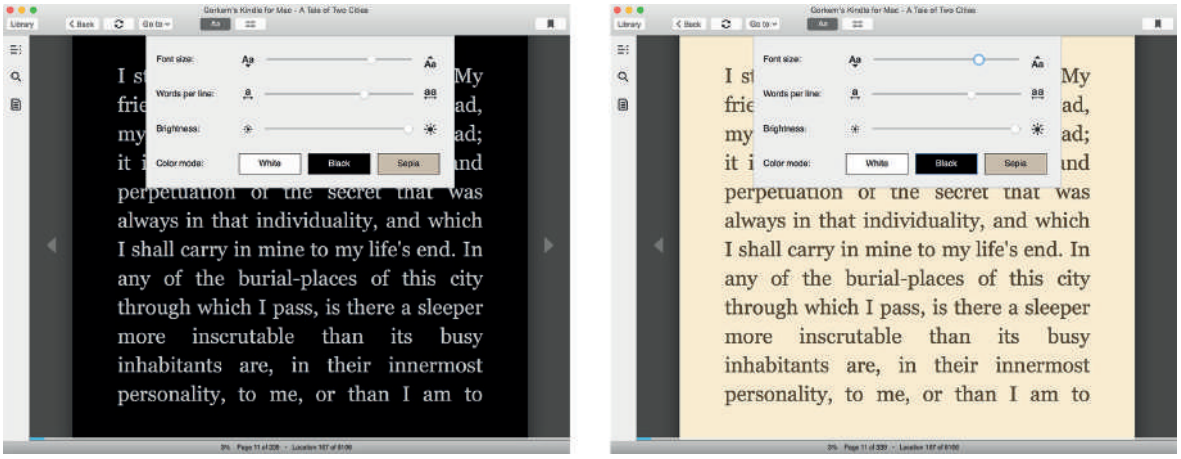
3.5.3. Bilgisayarlar

Bilgisayarlar ile gerek çeşitli yazılımlar indirmek koşuluyla gerekse bunlara ihtiyaç duyulmadan yalnızca web tarayıcısı üzerinden bazı e-yayınlara erişim mümkün olmaktadır. Örneğin okurlar, ücretsiz olarak Adobe'un *Digital Editions* yazılımını ya da *Kindle* (Bkz. Resim 3.14), *NOOK*, *Kobo* gibi e-okuyucu yazılımlarını, Windows/Mac işletim sistemli bilgisayarına kurarak birçok e-kitaba ulaşılabilmektedir.



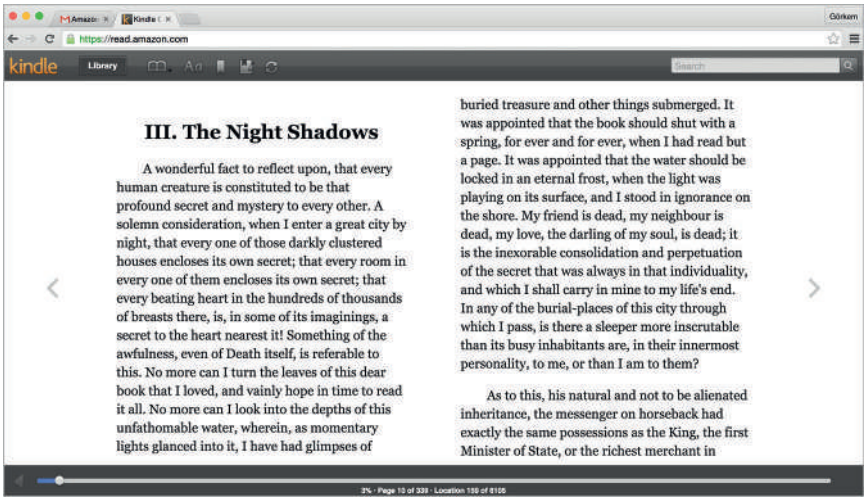
Resim 3.14. *Mac* bilgisayara kurulmuş *Kindle* uygulamasının kütüphane (solda) ve bir e-kitaba ait iç sayfa görüntüsü

Bilgisayara indirilebilen *Kindle* uygulaması ile açılan e-kitapta; beyaz, sepya ve siyah (gece okuma yapmak için) renklerinde arka plan seçimi, yazı karakteri büyüklüğü, satıra sığacak kelime miktarı ve ekran parlaklığı gibi ayarlar okur tarafından özelleştirilebilmektedir (Bkz. Resim 3.15).



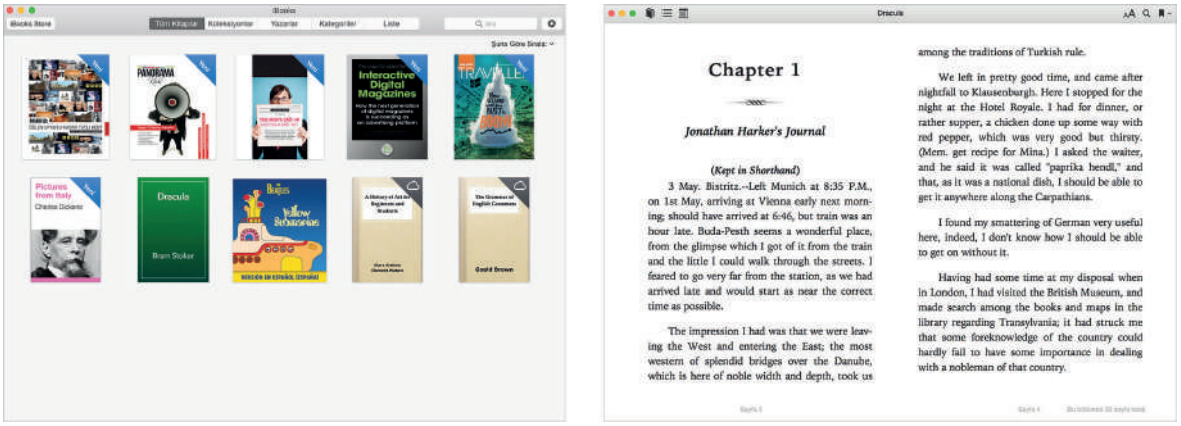
Resim 3.15. *Mac* bilgisayara kurulmuş *Kindle* uygulamasıyla açılmış bir e-kitabın arka planının siyah ve sepya renklerinde değiştirilmiş görüntüsü

Bunların yanı sıra *Kindle* e-kitap okuyucusuna ihtiyaç duyulmadan bilgisayar üzerinden web tarayıcısı aracılığıyla *Amazon Kindle Cloud Reader* kullanarak da e-kitaplara erişmek mümkün olmaktadır (Bkz. Resim 3.16).



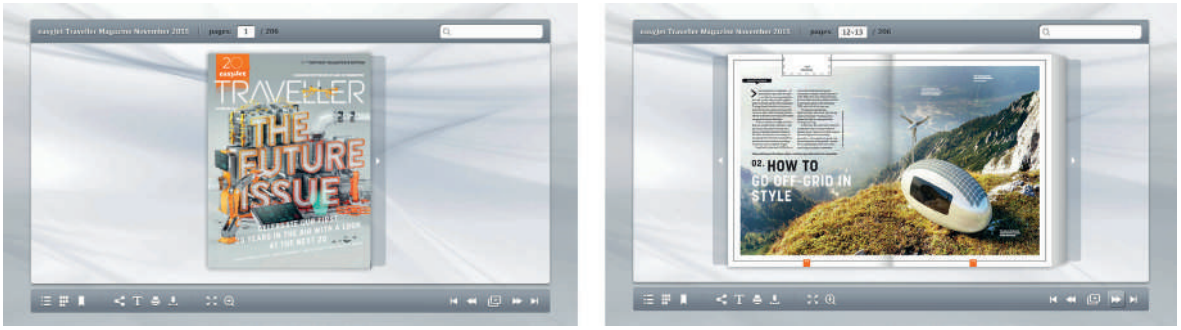
Resim 3.16. *Amazon Kindle Cloud Reader* (*read.amazon.com)* ile web tarayıcıdan açılmış bir e-kitabın bilgisayardaki iç sayfa görüntüsü

Apple firması, cihazlarına otomatik olarak yüklenmiş halde kullanıcılarla buluşturduğu *iBook* isimli uygulamasıyla okurlara sanal bir kütüphane oluşturma imkanı sunmaktadır. (Bkz. Resim 3.17). *iBook* uygulaması altında toplanan e-kitaplar ve PDF'ler *iPhone*, *iPad*, *iPod Touch* cihazları ve *Mac* bilgisayarlar üzerinden okunabilmektedir. *iBook*'ta da beyaz, sepya ve siyah renklerinde arka plan seçimi yapılabilmekte ve *Kindle* uygulamasından farklı olarak metnin yazı karakteri değiştirilebilmektedir. Yazı karakteri büyüklüğünün ayarı ise *Kindle* uygulaması kadar özgür bırakılmamış ve sadece *iBook*'un izin verdiği iki standart boyut ile sınırlandırılmıştır.



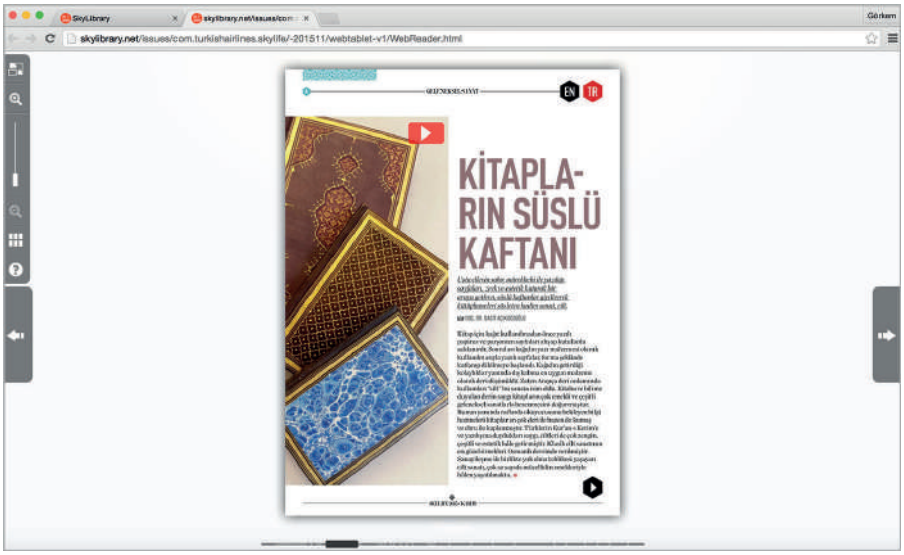
Resim 3.17. *iBook* uygulamasına ait kütüphane (solda) ve uygulamayla açılmış bir e-kitabın iç sayfa görüntüsü

HTML5 formatındaki e-yayınlar, etkileşim özellikleri etkin bir biçimde tabletler, akıllı telefonlar ve bilgisayarlar aracılığıyla web tarayıcılar üzerinden görüntülenmektedir. Bunların yanı sıra *FlippingBook, Issuu* gibi özel yazılımlarla oluşturulmuş sayfa çevirme özelliğine sahip sayısal dergiler maliyeti düşük olduğu için birçok yayıncı kurum ve kuruluşlar tarafından tercih edilmektedir. Bu tür yazılımlarla oluşturulmuş e-dergilerde okur, fare ile sayfaları değiştirebilmekte ve eğer özellik aktifleştirilmiş ise derginin tümünü bilgisayarına PDF biçiminde indirebilmektedir. *FlippingBook* yazılımıyla oluşturulmuş ve bilgisayar aracılığıyla görüntülenmiş e-yayına *easyJet Traveller* isimli uçak içi dergisini örnek olarak gösterebiliriz (Bkz. Resim 3.18).



Resim 3.18. *easyJet Traveller* uçak içi dergisinin bilgisayardaki görüntüsü

Tabletlerde okunmak üzere tasarlanmış etkileşimi yüksek e-dergilerin bazıları çeşitli yazılımlar aracılığıyla bilgisayarlarda da görüntülenebilmektedir. Örneğin Türk Hava Yolları'nın uçak içi dergisi *Skylife*'ın tablet uygulamasının birebir versiyonu, *skylibrary.net* üzerinden *web tablet* biçiminde bilgisayar ile görüntülenebilmektedir (Bkz. Resim 3.19).



Resim 3.19. *Skylife* (Kasım 2015) uçak içi dergisinin bilgisayardaki web tablet görüntüsü

Fakat etkileşim özelliklerini parmak hareketleriyle aktifleştirmek üzere tasarlanmış bu tür e-dergilerin bilgisayar versiyonları, tabletin verdiği okuma keyfini okura aktaramayabilmektedir.

3.5.4. Akıllı telefonlar

Akıllı telefonlar, sıradan bir cep telefonunun bilgisayar teknolojileriyle geliştirilmiş biçimleridir. Bu cihazlar çoğunlukla dokunmatik bir arayüze sahip olmakla birlikte bilgisayar ile yapılabilen birçok aktiviteyi istenilen mekan ve zamanda gerçekleştirme imkanı sunmaktadır.

Dokunmatik ekran teknolojisi, e-cihazların parmak veya özel kalemler aracılığıyla dokunularak kontrol edilmesine imkan vermekte, bu da beraberinde kolay kullanım avantajlarını getirmektedir. "Çağın cep telefonları dokunmatik ekran üzerine gelişimini sürdürürken, diğer yandan bu teknolojinin kullanımına hizmet sunmak için birçok yeni cep telefonu uygulaması hayata geçirilmektedir. Bu sürecin hızlanmasında en büyük payın etkileşimlilik olduğu söylenebilir" (Altunay, 2013: 158).

Wi-Fi ya da 3G/4,5G kablosuz bağlantı ağları aracılığıyla internete erişim sağlayan akıllı telefonlar ile web sitelerde gezinmek, e-posta kontrol etmek, sosyal ağlara bağlanmak, sesli ve görüntülü iletişim kurmak gibi özelliklerin yanı sıra uygulama marketinden çeşitli mobil uygulamalar da indirilebilmektedir. Bu sayede akıllı telefonlar ile çeşitli elektronik yayınlara ulaşmak mümkündür. Bu cihazlar, HTML5 formatındaki e-yayınları, EPUB e-kitapları, sayısal ve etkileşimli dergileri görüntüleme özelliğine sahip olsada ekran boyutları tabletler,

e-kitap okuyucuları ya da bilgisayarlar kadar büyük olmadığından birçok okur tarafından uzun okuma amaçlı kullanım için tercih edilmemektedir.

5.01-6.9 inç arası ekran boyutlarına sahip akıllı telefon ve tablet özelliklerinin bir arada bulunduğu mobil cihazlar ise *Phablet* [3] olarak tanımlanmaktadır. "Bu cihazlar telefon denilemeyecek kadar büyük, tablet denilemeyecek kadar küçüktürler" (Burke, 2015: 23).

Samsung Galaxy Note 4, *Apple iPhone 6 Plus* ve *Nokia Lumia 1520* mobil cihazları *Phablet* cihazlara örnek olarak gösterebiliriz (Bkz. Resim 3.20).



Resim 3.20. (Sırasıyla) *Samsung Galaxy Note 4*, *Apple iPhone 6 Plus* ve *Nokia Lumia 1520* cihazlarına ait görüntüler

> IDC (International Data Corporation) araştırma şirketinin dünya genelinde yaptığı araştırmaya göre, akıllı telefon satışları 2013 son çeyreğinde ilk kez 1 milyarın üstünde, Almanya merkezli araştırma kuruluşu GFK'nın Türkiye bazlı araştırma raporuna göre ise Türkiye'deki toplam cihaz satışları 12 milyon ve bu satışların yüzde 74'ünü (8,95 milyon) akıllı telefonlar oluşturuyor (Bayrak, inet-tr'15).

Bu veriler, günümüzde akıllı telefonları kullanan bireylerin oldukça fazla olduğunu ve cihazların günlük yaşantımızın önemli bir parçası haline geldiğini doğrular niteliktedir.

[3] *Phablet* kelimesi, İngilizce'de telefon anlamına gelen *Phone* ve dilimize de aynen uyarlanan *Tablet* kelimesinin birleştirilmesinden türetilmiştir.

3.6 Elektronik Dergilerin Gelişimi ve Elektronik Hava Yolu Dergileri

"Elektronik yayıncılığın önemli bir bölümünü oluşturan e-dergiler, üç ayrı şekilde karşımıza çıkmaktadırlar" (Yar, 2004):

- Aslı basılı olan ama elektronik olarak da yayımlanan dergiler (paralel yayıncılık),
- Aslı elektronik ama az miktarda da basılı yayımlananlar,
- Sadece elektronik dergiler.

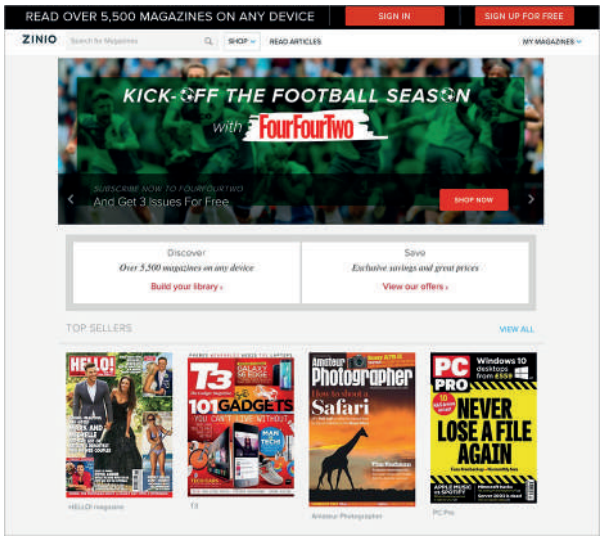
Elektronik dergiler de tıpkı basılı dergiler gibi editoryal bir gruba sahip ve düzenli aralıklarla yayınlanmaktadır. Fakat elektronik dergiler; hareketli görüntü, video, ses gibi medya unsurları ile zenginleştirilebilen içerikleriyle, basılı dergilerin okura sunamayacağı birçok etkileşim özelliğine sahip olma avantajını taşımaktadır.

1990-1995 yılları arasında, internet kullanım oranının artması ve bilgisayar teknolojilerinin ilerlemesiyle birlikte, e-dergi yayıncılığında önemli gelişmeler kaydedilmiştir. "Bu girişimler içinde en çarpıcı olanı 350 senelik basılı yayıncılık geleneğinin değişiminin göstergesi olan, 1992 yılında, sadece elektronik ortamda yayınlanan *Online Journal of Current Clinical Trials (OJCCT)* adlı hakemli dergidir" (Aktaran: Besimoğlu, 2007). Bu bilimsel elektronik dergilerin sayısı her geçen gün artmaktadır. "*Ulrich's Periodical Directory* veri tabanı Şubat 2005 istatistikleri, çevrim içi aktif olan 16.364 hakemli derginin bulunduğunu göstermektedir" (Aktaran: Doğan, 2007: 17).

> 1992 yılında Adobe'un, Acrobat PDF'i piyasaya sürmesiyle birlikte elektronik yayıncılık alanında önemli bir adım atılmıştır. 1994'te *Daily Telegraph (Telegraph.co.uk)* kendini web üzerindeki ilk ulusal gazete olarak ilan etmiş; 1995'te ise IPC isimli bir firma CD-ROM ile görüntülenen ve ilk etkileşimli dergi olma özelliğini taşıyan *Unzip*'i çıkartmıştır (Bkz. Resim 3.21); bundan sonra çoğu dergi kendi sitelerini ve çevrim içi içeriğin akışını inceleyen medya şirketlerini oluşturmaya başlamıştır.... 2007 yılında *MonkeyMag* ve *JellyFish* (Bkz. Resim 3.21) gibi sayfa çevirme *(page flip)* özelliğine dayalı ilk sayısal dergiler çıkmış ve 2008'den beri sayısal dergiler sanal mağazalarda satılmaya başlanmıştır. Günümüzdeki en büyük sanal mağaza *Zinio (gb.zinio.com)*'dur (Bkz. Resim 3.22) (Silva, 2011).



Resim 3.21. (Sırasıyla) *Unzip, MonkeyMag* ve *JellyFish* dergilerine ait kapak tasarımları



Resim 3.22. *Zinio* web sitesine ait görüntü (Erişim Tarihi: 06.09.2015)

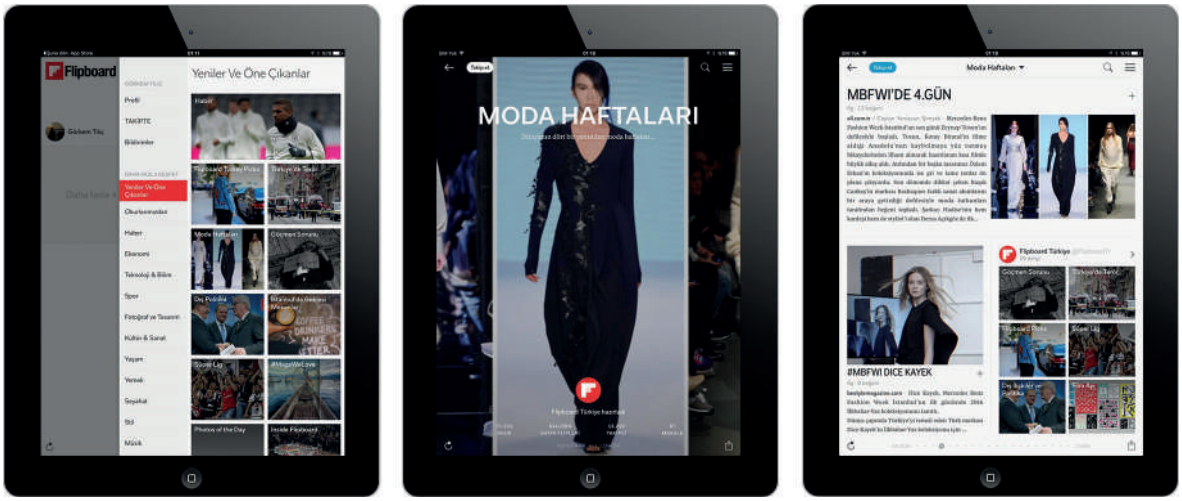
Apple şirketi tarafından, 2010 yılında piyasa sürülen tablet bilgisayar *iPad* ile, elektronik yayınlar daha iyi ve kolay bir şekilde taşınabilir hale gelmiştir (Caldwell ve Zappaterra, 2014: 24). iOS 5 işletim sistemiyle gelen kitaplık görünümündeki *Newsstand (Gazete Bayisi)* isimli uygulamayla ise abone olunan dergi ve gazetelere erişim kolaylaşmıştır [3] (Bkz. Resim 3.23). Bu uygulamayla abone olunan yayınların yeni sayıları anında kitaplık içerisinde yerini almaktaydı. Fakat ilerleyen zamanlarda, bu kitaplık görünümünden vazgeçilmiş, uygulama biçimi de iOS 9 güncellemesiyle beraber klasör biçimine dönüşmüştür. Bu klasörde mevcut dergi ve gazete uygulamaları bulunmakta ve içerikler herhangi bir klasörde olduğu gibi taşınarak düzenlenebilmektedir.

[3] Türkiye'de *Newsstand (Gazete Bayisi)* uygulamasında yer alan ilk yayın *LOG dergisi'*dir (log.com.tr, 2011).

iOS 9 işletim sistemi ile birlikte gelen bir diğer yenilikte *News* isimli uygulamadır. *News* uygulamasıyla galeri, video ve animasyon gibi çoklu ortam elemanlarına sahip makaleler okunabilmekte veya daha sonra çevrim içi veya çevrim dışı görüntülenmek üzere kaydedilebilmektedir [4] (Bkz. Resim 3.23). Buna benzer bir diğer uygulama ise hem iOS hem de Android işletim sisteminde çalışan *Flipboard*'dur. *Flipboard*, sosyal medyadaki ve web sitelerindeki içerikleri kategorilenmiş (sanat, kitap, teknoloji vs.) olarak bir dergi formatında sunmaktadır. Aynı zamanda uygulamaya Twitter, Facebook, Google +, Instagram, Tumblr, Google Reader, YouTube, Flickr ve Linkedln gibi birçok kişisel hesap bağlanabilmekte ve tüm hesaplar bu uygulama içerisinden takip edilebilmektedir (Bkz. Resim 3.24). Kullanıcı dilerse bir web tarayıcısı aracılığıyla *www.flipboard.com* adresinden de *Flipboard* hesabına giriş yapabilmektedir.



Resim 3.23. *Newsstand* (solda) ve *News* (sağda) uygulamalarına ait *iPad* görüntüleri

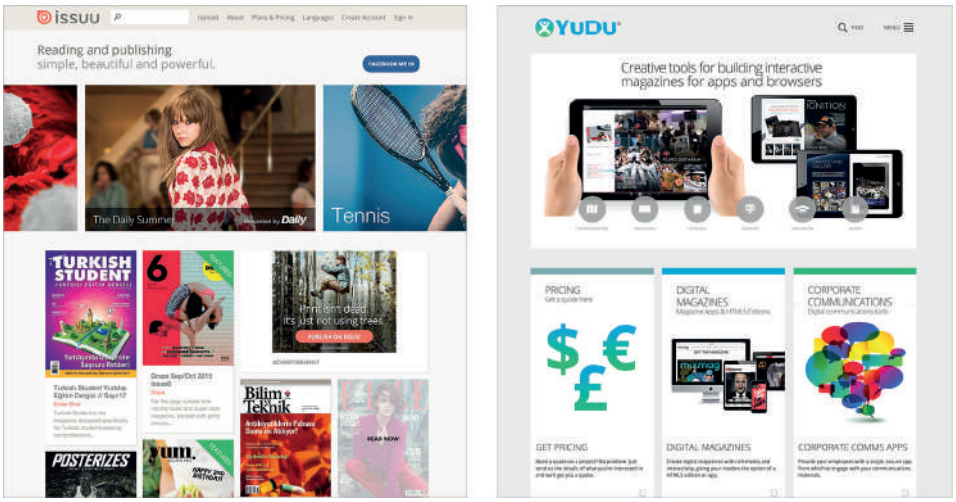


Resim 3.24. *Flipboard* uygulamasına ait *iPad* görüntüleri

[4] *News* uygulaması, şu anda Amerika Birleşik Devletleri'nde kullanılabilmekte, Türkiye'de bulunmamaktadır.

Bütün gelişmelerle birlikte e-dergi yayıncılığı yazılımlarının pazarı da büyüme göstermiş; *Issuu*, *yudu* (Bkz. Resim 3.25), *Z-Mags*, *GTxcel, FlippingBook* ve *3D Issue* gibi özel yazılıma sahip platformlar yayıncılar ve okuyucular tarafından kullanılmaya başlamıştır.

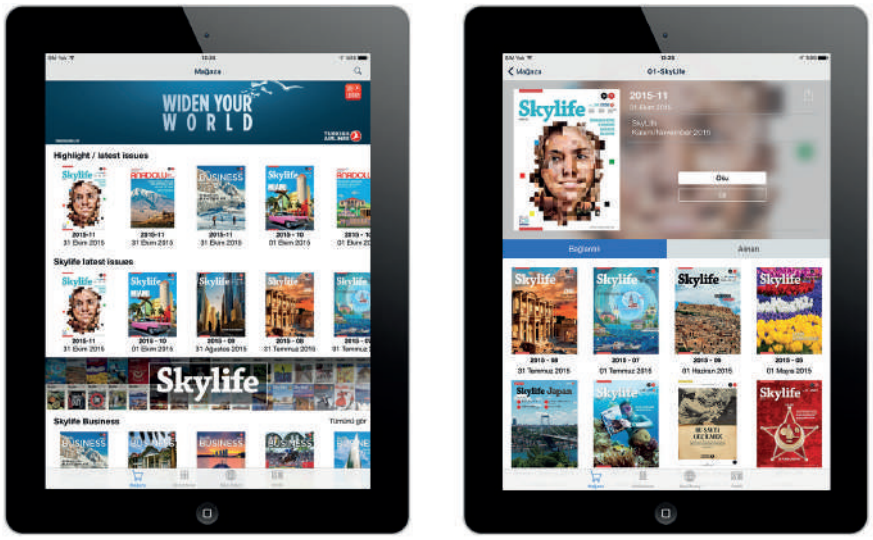
Bu tür web siteleri aracılığıyla yazılım bilgisine ihtiyaç duyulmadan elektronik dergi, kitap, katalog veya portfolyolar hazırlanabilmekte, internet aracılığıyla diğer okurlar ile paylaşılabilmektedir. *issuu.com* web sitesinde 2015 yılında verilen bilgiye göre, üyeler tarafından her gün 20.000'den fazla e-yayın sisteme yüklenmekte ve bu yayınlar dünyadaki tüm aktif okurlar tarafından anında erişilebilir hale gelmektedir.



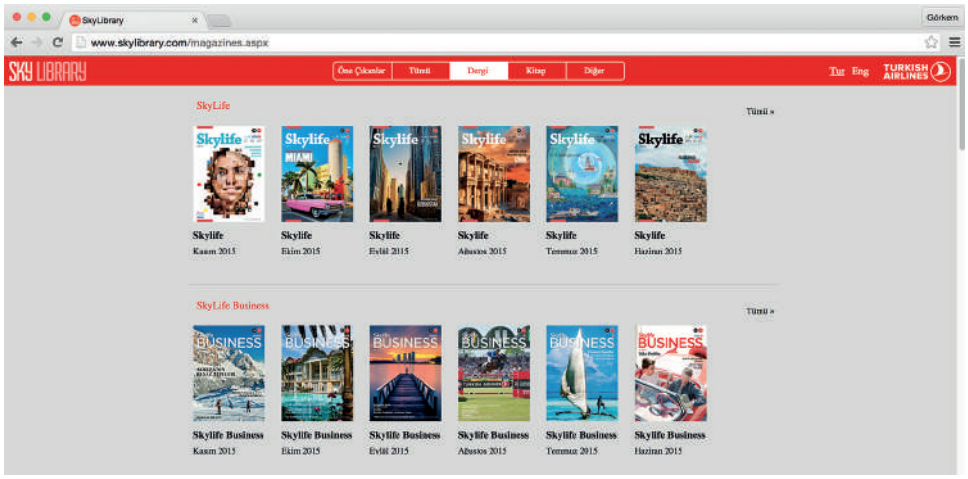
Resim 3.25. *issuu* ve *yudu* web sitelerine ait görüntüler (Erişim Tarihi: 06.09.2015)

Pegasus Magazine uçak içi dergisinin Kasım 2015 sayısının içeriğinde de belirtildiği gibi "yaşantımızın bir parçası haline gelen akıllı telefonlar ve hızla gelişen mobil kullanım, şirketleri de bu dünyaya ayak uydurmaya yöneltmiştir. Şirketler artık mobil dünyayı yakından takip etmekte, trendlere ve yeni kullanım alışkanlıklarına uygun yenilikleri hayata geçirmektedir" (Pegasus Magazine, 2015).

Günümüzde artık birçok hava yolu şirketinin uçak içi dergilerini internet üzerinden çeşitli e-yayın formatlarıyla yayınlayarak, dergilerin mevcut yolcular dışındaki kitleler tarafından da okunmasını sağladığını görmekteyiz. Bunun en güzel örneğini havacılık sektöründe bir ilk olarak, yolcularına *SkyLibrary* isimli sayısal kütüphaneden yararlanma imkanını sunan Türk Hava Yolları (THY) gerçekleştirmiştir. Okurlar, bu kütüphaneye iOS ve Android akıllı telefon ve tabletlere yüklenebilen *SkyLibrary* uygulaması ile (Bkz. Resim 3.26) veya *www.skylibrary.com* (Bkz. Resim 3.27) web adresi üzerinden ücretsiz olarak ulaşılabilmektedir.



Resim 3.26. *SkyLibrary* uygulamasının tablet görüntüsü



Resim 3.27. *SkyLibrary* web görüntüsü

SkyLibrary aracılığıyla THY'nin bu zamana kadar yayınlanmış dergilerinin tüm sayılarına erişmek mümkündür. Bunun yanı sıra Miles&Smiles üyesi yolcular, oluşturdukları *SkyLibrary* hesabı ile Türk Hava Yolları'nın yönetim, marka, pazarlama, kişisel gelişim vs. alanındaki yayınlarına da ücretsiz erişebilmektedir.

Bazı uçak tiplerinde karşımıza çıkan koltuk arkası ekranlarda, filmlerin, oyunların, müziklerin vs. bulunduğu uçak içi eğlence sistemleri yer almaktadır. Bu ekranlar kumanda yardımıyla ya da dokunmatik olarak kullanılmakta ve kullanım kaliteleri teknoloji ile birlikte gelişme göstermektedir. Bu gelişmelerle birlikte mobil cihazlarımıza indirdiğimiz ya da web üzerinden takip ettiğimiz elektronik hava yolu dergilerini uçak içinde de okumak mümkün hale gelmeye başlamıştır.

İlk kez 2010 yılında Singapur Hava Yolları, *SilverKris* adlı uçak içi dergisini, *KrisShop* isimli satış kataloğunu ve *KrisWorld* adlı eğlence rehberini, artık elektronik olarak uçak içerisindeki ekranlarda yayınlayacaklarını açıklamış ve bu üç derginin elektronik versiyonunun tanıtımını *KrisWorld* uçak içi eğlence sistemi aracılığıyla yapmıştır (Kollau, 2010) (Bkz. Resim 3.28).

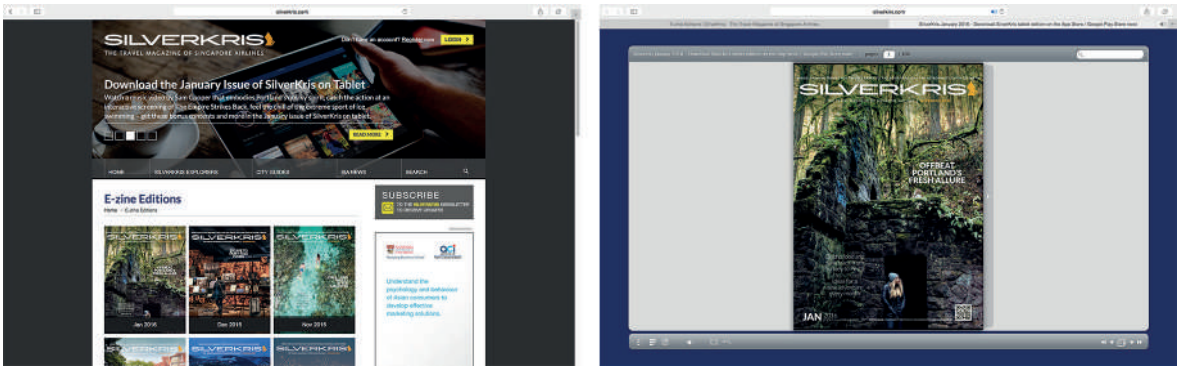


Resim 3.28. *KrisWorld* uçak içi eğlence sistemi ekranı içerisinde yer alan e-dergi görüntüsü

Günümüzde ise yeni jenerasyon *Airbus A350* filosunun uçuşlarının Nisan 2016 yılında başlayacağını açıklayan Singapur Hava Yolları, bu model uçaklarının bünyesinde dünyanın en ileri uçak içi eğlence sistemini yolcularıyla buluşturacağını belirtmiştir. "Singapur Hava Yolları yöneticileri, uçakları tüm basılı dokümanlardan arındırıp daha hafif bir hale getirilerek daha az akaryakıt tüketilmesi ve daha az karbon emisyonu yayılmasının amaçladıklarını belirtmişlerdir" (Nergiz, 2010).

Dergilerin uçak içerisinde elektronik biçimde yolcuyla buluşmasının faydalarından bir diğeri ise, kabin görevlilerinin uçak içinde yaptığı ürün satışlarının tamamen bu dergiler aracılığıyla yapılarak görevlilerin iş yükünün azaltılmasıdır. Bu uygulamayla birlikte, yolcu dilediği zaman elektronik satış kataloğuna göz atma ve yolculuğu bitene kadar ürün ekleyip çıkarma özgürlüğünü elde edebilecek böylece ürün/hizmet satış oranları da artacaktır. Kabin görevlisi ise uçuş sonunda yolcunun sanal alışveriş sepetinde biriken ürünleri tek seferde teslim edebilecektir.

Dergiler sadece bir elektronik yayın formatında olabildikleri gibi tercihe göre farklı cihazlarda görüntülenmek üzere birden çok formatta da tasarlanıp yayınlanmaktadır. Örneğin Singapur Hava Yolları uçak içi dergisi *SilverKris*'e *www.silverkris.com* adresli web sayfasından ulaşılabilindiği gibi Android ve Apple cihazlara uygun mobil uygulama versiyonundan da erişmek mümkündür. Web sayfasının içeriğinde derginin basılı versiyonunun sayfa çevirme *(page flip)* özelliğine dayalı elektronik biçimi de yer almaktadır (Bkz. Resim 3.29 ve Bkz. Resim 3.30).



Resim 3.29. *SilverKris (www.silverkris.com)* dergisinin web sayfası ve sayfa çevirme özelliğine dayalı elektronik biçiminin görüntüsü (Erişim Tarihi: 08.01.2016)



Resim 3.30. *SilverKris* (Ocak 2016) dergisi mobil uygulamasının tablet görüntüsü

4. HAVA YOLU DERGİLERİNİN BASILI VE ELEKTRONİK VERSİYONLARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Bir yayının görüntü çözünürlüğü, arka plan ve yazı rengi ilişkisi, yazı karakteri ve ölçüleri gibi ögeler okur tarafından oldukça önem taşımaktadır. Çünkü net olmayan görüntüler ya da okumayı zorlaştıran küçük puntolu (harf ölçü birimi) metinler yayına olan ilginin azalmasına sebep olmaktadır. Basılı ve elektronik yayınlar tasarım ve kullanılan teknolojiler açısından farklılık göstermektedir. Bu sebeple öncelikle yayının hangi ortamda okura sunulacağına karar verilmesi ve buna uygun olarak tasarımının yapılması gerekmektedir.

Bu farklılıklardan başlıcalarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Basılı bir dergide görüntüler, CMYK (Cyan/İşlem Mavisi, Magenta/İşlem Kırmızısı, Yellow/Sarı, Black/Siyah) renk sisteminde ve 200-300 dpi çözünürlüğünde hazırlanırken, elektronik dergilerde RGB (Red/Kırmızı, Green/Yeşil, Blue/Mavi) renk sistemi ve 72-96 dpi aralığında görüntü çözünürlüğü kullanılmaktadır.

- Yazı karakterleri ve ölçüleri derginin içeriğine göre değişiklik göstermektedir. Basılı dergilerde çeşitli yazı karakterleri kullanılabilirken, "ekrana yönelik tasarımlarda çoğunlukla okunurluğu yüksek, harf anatomileri ve boşlukları ekrana özel düzenlenmiş tırnaksız yazı karakterleri tercih edilmektedir. *Tahoma*, *Verdana*, *Geneva*, *Lucida* (Bkz. Resim 4.1) gibi tırnaksız yazı karakterleri, hem rahat okunabilmekte hem de her tür bilgisayar ortamında (PC, Macintosh, Unix) görüntülenebilmektedir" (Pektaş Turgut, 2009: 120).



Resim 4.1. *Tahoma*, *Verdana*, *Geneva*, *Lucida* yazı karakterlerine ait görüntüler

- Basılı dergi metinlerinde genellikle 10-12 punto yazı karakteri ölçüsü kullanılırken, e-dergilerde bu ölçüler kullanılan e-yayın ortamına ve görüntülenecek cihaza göre değişiklik göstermektedir. "Bu sebeple elektronik dergilerde kullanılan program ve sistem özellikleri tespit edilerek, metinlerde kullanılacak uygun ölçü belirlenmelidir" (Pektaş Turgut, 2009: 122).

- Basılı dergilerde, baskıda kullanılan kağıdın ölçüsü ve kalınlığı, baskı tekniği, okur kitlesi gibi etmenler derginin boyutunu sınırlandırırken, e-dergilerin boyutları görüntüleneceği e-cihazın ekranına göre çeşitlilik gösterebilmektedir.

Günümüzde basılı olarak yayın hayatına başlayan birçok hava yolu dergisinin elektronik versiyonlarına da internet aracılığıyla erişimimiz mümkün olmaktadır. Bu bölümde Türk Hava Yolları'nın *Skylife*, Lufthansa Hava Yolları'nın *Lufthansa Magazin,* Emirates Hava Yolları'nın *Open Skies* isimli dergilerinin basılı ve elektronik versiyonları görsel tasarım ve kullanılan teknikler açısından incelenecektir.

4.1 Skylife

Skylife, Türk Hava Yolları'nın aylık yayınlanan uçak içi dergisidir. 1983 yılında *THY Magazin* adıyla yayın hayatına başlayan dergi, 1989 yılında *Skylife* ismini alarak günümüze kadar başarıyla gelmiştir.

Skylife dergisi basılı versiyonunun yanı sıra elektronik olarakta tasarlanıp yayınlanmakta ve akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlar ve Kindle cihazlar tarafından görüntülenebilmektedir. Derginin iPad uygulaması ilk kez Ağustos 2011 sayısı ile birlikte yayına girmiş ve Apple Store'da ücretsiz olarak okurların beğenisine sunulmuştur. Günümüzde ise dergi, iOS ve Android uygulama dükkanlarından indirilebilmekte, *skylibrary.com* üzerinden web tablet olarak veya *skylife.com/tr/* adresinden web sayfası biçiminde okunabilmektedir. Derginin tüm eski sayılarına ise yine çevrim içi olarak Türk Hava Yolları'nın oluşturduğu *SkyLibrary* isimli sayısal kütüphaneden erişilebilmektedir.

Skylife'ın basılı versiyonu 26 cm yüksekliğinde ve 20 cm genişliğindedir. Elektronik versiyonunun boyutu ise kullanılan e-cihazlara ve ortamlara göre değişiklik göstermektedir. Bölüm 2'de bahsettiğimiz gibi, dergi zaman içerisinde çeşitli tasarımsal değişimlere uğramıştır. *Skylife*'ın logosu ve sayfa tasarımları, Şubat 2016 sayısıyla birlikte yenilenmiştir. Derginin uzun yıllar boyunca kullandığı eski ve yeni logosu resim 4.2'de gösterilmiştir.

Skylife | Skylife

Resim 4.2. *Skylife* dergisinin eski (solda) ve yeni (sağda) logosu

Yeni logodaki harfler, kalın ve ince çizgi karşıtlıklarından oluşmaktadır. Logo, üçgen biçimindeki keskin hatların yanı sıra, yuvarlak hatlı yumuşak geçişlere de sahiptir. Keskin hatların Türk Hava Yolları'nın güçlü kurumsal yapısını, yumuşak hatların ise yolculara sunulan konfor ve hizmetin kalitesini temsil ettiği biçiminde yorumlayabiliriz.

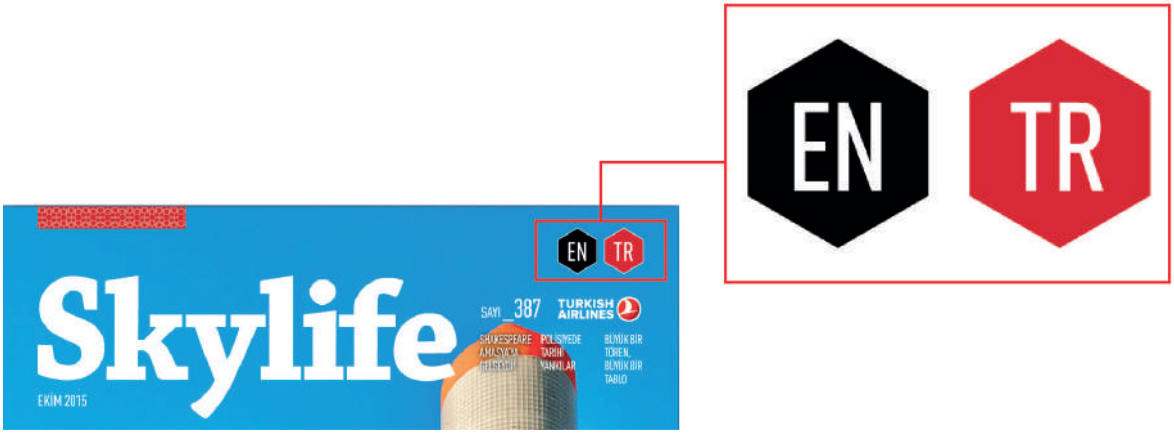
Tez kapsamında, *Skylife*'ın 2015 yılına ait dergi tasarımları incelenmiştir. Bu yıla ait tasarımlarda logo, tek renk olarak dergi kapağının sol üst köşesinde ve kapakta yer alan tam boy görselin üzerinde konumlandırılmaktadır. Logonun rengi, kullanıldığı zemine göre değişkenlik gösterebilmektedir. Resim 4.3'te sırasıyla Kasım 2015, Ağustos 2015 ve Haziran 2015'e ait *Skylife* uygulaması için tasarlanmış kapaklar gösterilmiştir. Burada logonun, kapak görseline uygun bir şekilde turkuaz, beyaz ve siyah renklerinde kullanıldığını görmekteyiz.



Resim 4.3. (Sırasıyla) Kasım 2015, Ağustos 2015 ve Haziran 2015 *Skylife* uygulamasına ait kapak tasarımları

Skylife dergisi, İngilizce ve Türkçe olmak üzere iki dilli yayınlanmaktadır. Derginin basılı versiyonunda tüm metinler aynı sayfa tasarımında konumlandırılırken, mobil uygulama versiyonunda bu seçeneklerin sağ üst tarafa yerleştirilen EN ve TR butonlarıyla ayrıştırıldığını görmekteyiz. Bu butonlarla okur, dergiyi sadece Türkçe ya da İngilizce olarak okuyabilme özgürlüğünü elde etmektedir. Böylece sayfa tasarımı da sahip olduğu metin kalabalığından

kurtulup, okuru görsel anlamda daha çok tatmin etme imkanı yakalamaktadır. İngilizce dil seçeneği butonu siyah, Türkçe dil seçeneği butonu ise kırmızı renkte ve altıgen biçiminde tasarlanmış ve her sayfanın sağ üst köşesinde konumlandırılmıştır (Bkz. Resim 4.4).



Resim 4.4. *Skylife* mobil uygulamasında yer alan İngilizce ve Türkçe dil seçeneği butonları

Dergi kapağında yer alan *Skylife* logosunun hemen altında, derginin yayınlandığı ay/yıl bilgisi, logonun yanında ise derginin kaçıncı sayıya ait olduğu, Türk Hava Yolları'nın kurumsal logosu, derginin içeriğinde yer alan konu başlıklarından bazıları ve bu metinlerin yer aldığı sayfa numaraları siyah daireler içine beyazla yazılmış bir şekilde yer almaktadır. Derginin uygulama versiyonuna ait kapak tasarımında ise bu sayfa numaraları bulunmamaktadır.

Skylife Eylül 2015 sayısının mobil uygulama ve basılı versiyonlarına ait kapak tasarımları resim 4.5'te yer almaktadır. Örnekte görüldüğü gibi derginin basılı versiyonunda, kapak üzerinde yer alan bilgilerin tümü mobil uygulama versiyonundan farklı olarak İngilizce ve Türkçe olarak, her iki dilde de yazılmıştır. Dergi görseli üzerinde yer alan İngilizce metinler ince bir yazı karakteri ile yazılırken, metinlerin Türkçesi kalın bir yazı karakteri ile vurgulanmıştır. *Skylife*'ın basılı versiyonunda, derginin mobil uygulaması gibi etkileşim özelliği mümkün olmadığından, uygulamanın kapağında yer alan EN ve TR buton simgeleri kapak üzerinde yer almamaktadır.

"Hizalama, yazının dikey ve yatay düzlemlerde, bir metin bloğu içindeki yerleşimine denk gelir"(Ambrose ve Harris, 2013: 76). Yatay hizalama, metnin sola hizalı, sağa hizalı, iki yana yaslı veya ortalı; dikey hizalama ise, metnin dikey olarak üste, alta ve ortaya hizalanması biçiminde olabilmektedir. Bir tasarımda, farklı odak noktaları yaratmak ve içerikleri birbirinden ayırmak için farklı hizalama biçimleri kullanılabilmektedir. Resim 4.5'te görüldüğü gibi *Skylife* kapağındaki bilgiler sola hizalanarak konumlandırılırken, dergide yer alan önemli bir makalenin başlığı sağa hizalanarak diğer metinlerden ayrıştırılmıştır. Derginin her iki versiyonunda da kapağın sol üst ve alt köşesinde yer alan desenli kırmızı

bir şerit bulunmaktadır. Bu şerit ile kapak içerisinde simetrik görsel bir denge sağlanmıştır.



Resim 4.5. *Skylife* Eylül 2015 sayısının mobil uygulama (solda) ve basılı (sağda) versiyonlarına ait kapak tasarımları

Skylife'ın 2015 yılındaki kapak tasarımlarında tam boy görsel kullanımı tercih edilmekte ve etrafına herhangi bir çerçeve uygulaması yapılmamaktadır. Derginin mobil uygulama versiyonunda kullanılan tam boy kapak görselleri, çeşitli kamera hareket teknikleriyle (kadrajdan uzaklaşmak/zoom out, kameranın soldan sağa ya da sağdan sola çevrilmesi/pan vb.) veya dergi kapağının üzerinde bulunan görsele özel olarak eklenen efektler ile açılarak okura sunulmaktadır. Hareketli görsel kullanımı, tasarımdaki durağanlığı yok etmek, görsel etkiyi arttırmak ve okurun dikkatini çekmek için kullanılan etkili yöntemlerden birisidir.

Skylife mobil uygulamasının Aralık 2015 sayısına ait kapak görüntüsü resim 4.6'da yer almaktadır. Okur dergiyi indirip açtığında dalgalanan bir deniz ve gökyüzünde hareket eden beyaz bir bulut ile karşılaşmaktadır. Basılı dergicilikte deneyimlemenin mümkün olmadığı bu tür hareketli görseller okurun dergiye karşı olan ilgi ve merakının artmasına sebep olmaktadır.



Resim 4.6. *Skylife* mobil uygulamasının Aralık 2015 sayısına ait kapak tasarımı

Skylife dergisi *City Scope*, *On Board* ve *Info* başlıkları altında 3 ana bölümden oluşmaktadır.

City Scope: İçeriğinde; İstanbul'da ve yurtdışında gerçekleşecek olan etkinlik haberleri, mini röportajlar, farklı şehirler hakkında bilgi ve seyahat önerileri barındıran, bunların yanı sıra tarih, kitap, sinema, sağlık, spor gibi çeşitli alt konulara da yer vermektedir.

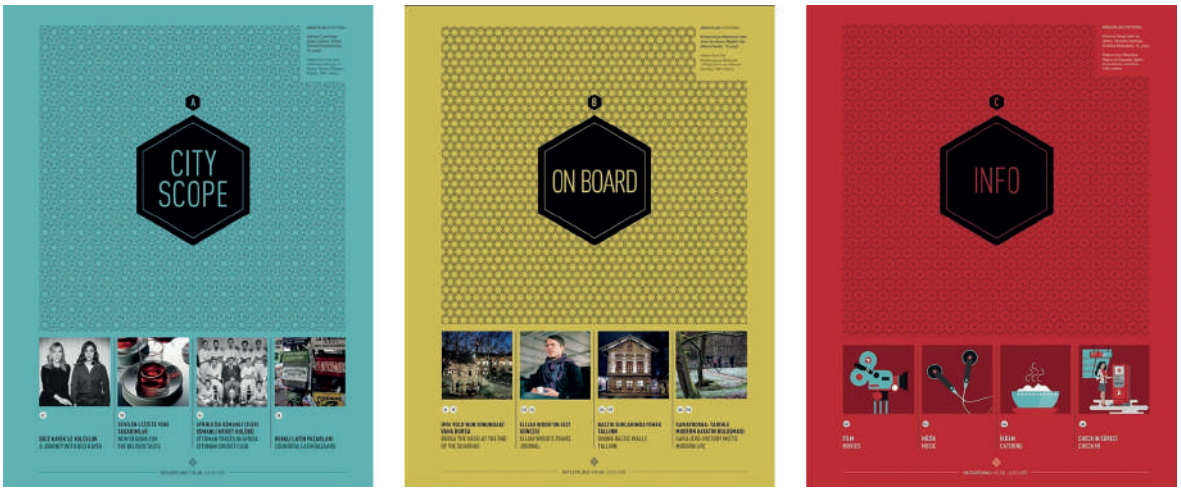
On Board: Farklı yazarlar tarafından yazılmış ve kaliteli fotoğraflarla kuvvetlendirilmiş gezi makalelerinin, röportajların, Türk Hava Yolları ile ilgili haberlerin, iş dünyası, lezzet, teknoloji gibi çeşitli araştırma konuları yer almaktadır.

Info: Film, müzik, ikram, check-in süreci, güvenlik ve bagaj bilgilendirmeleri, THY filo kapsamı, İstanbul Atatürk Havalimanı geliş ve gidiş kat krokisi ve Türk Hava Yolları'nın uçuş güzergahlarını gösteren haritaların bulunduğu derginin son bölümüdür.

Derginin ana bölümlerini oluşturan bu başlıklar sırasıyla turkuaz, sarı ve kırmızı renkte tasarlanan ayırıcı sayfalarla birbirinden ayrışmakta ve A, B, C harfleriyle sıralandırılmaktadır. Tüm bölüm başlıkları normal et kalınlığında, tırnaksız ve daraltılmış bir yazı karakteri olan *DIN Condensed Regular* ile yazılmış ve harf arası boşluklar okunurluğu bozmayacak şekilde kısılarak yeniden düzenlenmiştir. "Görsel hiyerarşi, tasarım içindeki görsel unsurları vurgulanmak istenen mesaja göre ölçülendirme anlamına gelir.... Tasarımcı, görsel hiyerarşi yoluyla okuyucunun gözünü tasarım üzerinde yönlendirme olanağı bulur" (Becer, 2006: 69). Bu sayfa tasarımda başlıkların vurgusu, görsel hiyerarşiyi etkileyen renk, boyut ve konum unsurlarından yararlanılarak yapılmıştır. (Bkz. Resim 4.7).

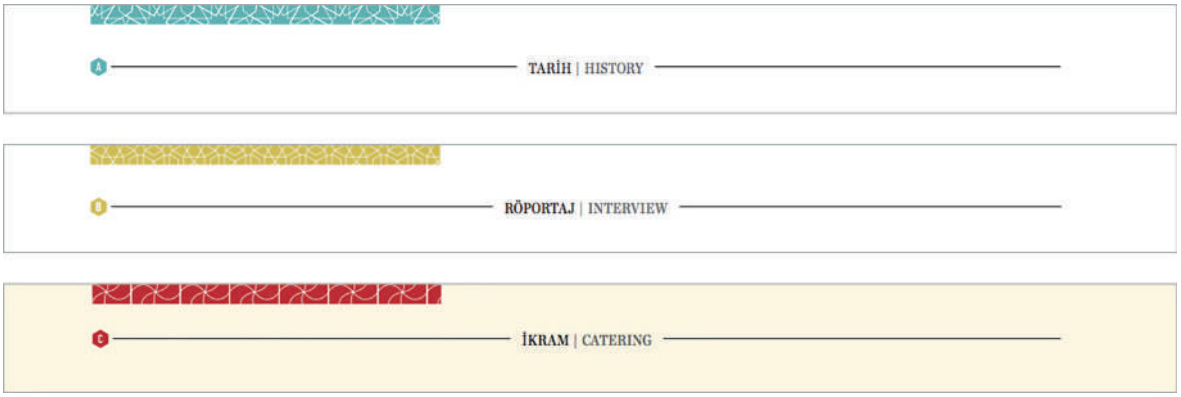
Sayfa tasarımlarında bölüm başlıkları tematik özel desenlerin üzerine yerleştirilmiştir. *City Scope* başlıklı sayfa için Edirne/Türkiye'de yer alan Selimiye Camii'nin kapısına ait

bir desen, *On Board* başlıklı sayfanın zemini için Bağdat/Irak'da bulunan Mustansıriyye Medresesi'nden ait bir desen ve *Info* başlıklı sayfanın zemini için ise Granada/İspanya'da bulunan Elhamra Sarayı'na ait bir desen seçilmiştir. Arka plan desenine ait bu bilgiler sayfanın sağ üst köşesinde açıklanmaktadır. Okur, desen bitiminin altında, küçük fotoğraflarla birlikte bölümde yer alan alt başlıklar hakkında bilgilendirilmektedir. Derginin mobil uygulamasında bu fotoğraflar başlangıçta görüntülenmemekte, sonrasında sayfa içerisinde tek tek belirmeye başlamaktadır.



Resim 4.7. *Skylife* dergisi (Ocak 2015) basılı versiyonunun *City Scope*, *On Board* ve *Info* başlıklarına ait ayırıcı sayfa tasarımları

Bölümün konu bilgisi, tırnaklı bir yazı karakteri ile iç sayfaların üst kısmında sayfaya ortalanmış bir şekilde ve kenarlarında yatay ince çizgilerle birlikte okuyucuya verilmiştir. Bu bilginin sol üst kısmında ise derginin kapağında bulunan şerit tasarımı, her bölümün kendine ait rengiyle yer almaya devam etmektedir. (Bu şeritler sadece sol sayfalarda yer almaktadır.) Böylece okur, derginin hangi ana bölümüne ait yazıyı okuduğunu kolaylıkla ayırt edebilmektedir (Bkz. Resim 4.8).



Resim 4.8. *Skylife* dergisinin iç sayfa bölümlerine ait şeritlerin kullanımı

Tüm bu ana başlıkların yanı sıra basılı *Skylife* dergisinin içeriğinde; uçuşlardan kazanılan milleri biriktirmeyi sağlayan *Miles&Smiles* kartına ait bilgilendirme ve üyelik formu, THY hakkında öneri ve görüşlerin yazılabileceği bir form ve çeşitli işletme ve markaların reklamları yer almaktadır. *Skylife,* hedef kitleye rahatlıkla ulaşabilmesi ve tirajının oldukça yüksek olması sebepleriyle reklam verenler için de önemli bir mecradır. Dergide yer alan reklamlardan bazılarını resim 4.9'da görebiliriz.



Resim 4.9. *Skylife* Ocak 2015 sayısında yer alan reklam görüntüleri

Derginin mobil uygulama versiyonunda basılı versiyonundan farklı olarak reklamlara ve son bölüm olan *Info*'ya yer verilmemiştir.

Skylife dergisi, metin konu başlıklarında tırnaksız bir yazı karakteri, metinlerde ise okunması rahat olan tırnaklı bir yazı karakteri kullanmayı tercih etmiştir. Derginin basılı versiyonunda sol ve sağ sayfalara ait sayfa numaraları altlı üstlü bir şekilde sol sayfanın ortasında kullanılmıştır. Sayfa numaralarının hemen altında ise sayfaya yatay bir şekilde konumlandırılmış olan *www.turkishairlines.com* web adres bilgisi yer almaktadır. Derginin sol sayfasının alt kısmına ortalanmış bir şekilde, yayın ay ve yılının bilgisi verilmiştir (Bkz. Resim 4.10). Derginin mobil uygulama olarak tasarlanan versiyonunda ise sayfa numaraları bulunmamaktadır.



Resim 4.10. *Skylife*'ın sayfa numarası ve yayın ay/yıl bilgisi gösterimine ait görüntü

Skylife'ın, 2011 yılında kullanılmaya başlanan mobil uygulamasının etkileşim özellikleri, Mart 2015'te yayınlanan sayı ile arttırılmıştır. Bu yeni sayı ile birlikte okur dergi içerisinde bulunan fotoğraf galerilerini gezebilmekte, videolar izleyebilmekte, fotoğrafları büyütebilmekte, metni aşağı yukarı kaydırarak okuyabilmekte, bilgi butonları yardımıyla görseller üzerindeki ek bilgilere ulaşabilmekte ve dil butonlarına dokunarak/tıklayarak dergiyi İngilizce ya da Türkçe olarak görüntüleyebilmektedir.

"Sembol (simge) sözcüğünü; bir kavramı temsil eden somut bir şekil, bir nesne, bir işaret, bir söz ya da bir hareket tanımıyla açıklayabiliriz" (Uçar, 2004: 24). Evrensel anlam ve algı boyutlarına sahip olan simgeler, yönlendirme yapmak veya bilgi vermek amacıyla karşımıza çıkabilmektedir. *Skylife* dergisinin mobil uygulama versiyonunda da kimi zaman okuru yönlendirmek kimi zaman da bilgi vermek amacıyla çeşitli simgelerden faydalanılmıştır. Okur, *Skylife Tablet Kullanma Kılavuzu* adındaki bilgilendirme sayfasından dergi içeriğinde kullanılan buton simgeleri ve anlamlarını öğrenebilmektedir (Bkz. Resim 4.11).



Resim 4.11. *Skylife* Tablet Kullanma Kılavuzu'nun Türkçe ve İngilizce görüntüsü

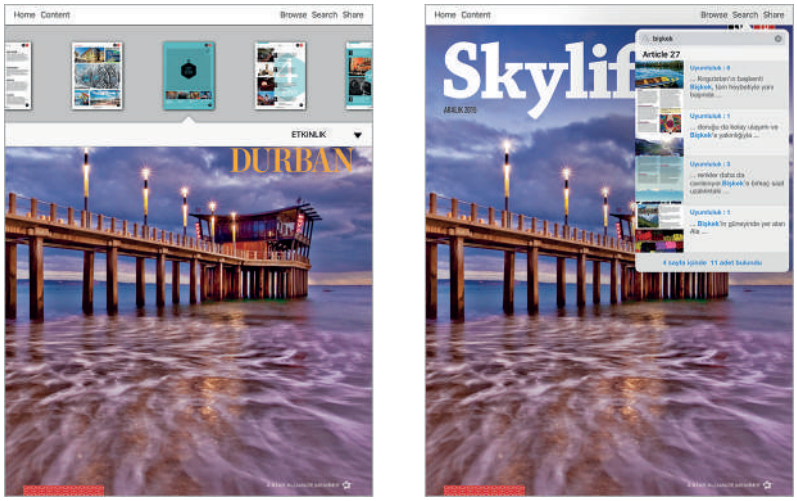
Türkçe tablet yayın butonu, Türk bayrağının ve Türk Hava Yolları'nın kurumsal renklerinden yola çıkılarak kırmızı-beyaz renklerinde, diğer butonlar ve bilgilendirme simgeleri ise siyah-beyaz renklerinde tasarlanmıştır. Beyaz ve siyah birbirinin zıttıdır ve zıtlık içerisinde oluşturulmuş bir yapıda algılanırlık kolaylaşmaktadır. Bu düşünceden yola çıkarak *Skylife*'ın butonları da simge ve arkaplan arasında bir zıtlık oluşacak biçimde tasarlanmıştır.

Yönlendirme sistemlerinin önemli bir ögesi olan butonlar, en basit ve hızlı şekilde kullanıcıyla iletişime geçebilmelidir. Bu sebeple birçok kişi tarafından algılanması kolay olan daire, kare, dikdörtgen gibi geometrik şekiller, tasarımcıların butonlar için sıkça tercih ettiği formlardır. *Skylife* dergisinde, *İngilizce tablet yayın*, *Türkçe tablet yayın*, *konunun devamı* ve *yeni konu geçişi* butonları altıgen bir geometrik form içerisinde tasarlanmışken, *bilgi*, *kapat* ve *çift tık ile fotoğraf büyütme* butonları dairesel bir geometrik form içerisinde tasarlanmıştır. Dergide bulunan daire biçimindeki butonlar, okura etkileşime geçmesi gerektiğini bildiren komut niteliğini taşımaktadır. *Fotoğraf galerisi*, *yazı alanı yukarı kaydırma*, *video*, *click* ve *yukarı aşağı kaydırma* butonları ise herhangi bir geometrik form içerisinde sınırlandırılmamıştır. Kullanılan buton simgeleri ve anlamlarını çizelge 4.1'den detaylı bir şekilde görebiliriz.

Çizelge 4.1. *Skylife* mobil uygulamasında yer alan buton simgeleri ve anlamları

	İngilizce tablet yayın		Fotoğraf galerisi
	Türkçe tablet yayın		Yazı alanı yukarı kaydırma
	Bilgi butonu		Çift tık ile fotoğraf büyütme
	Kapat butonu		Video
	Konunun devamı		Click
	Yeni konu geçişi		Yukarı aşağı kaydırma

Bunların yanı sıra *Skylife* mobil uygulamasının içeriğinde *Home*, *Content*, *Browse*, *Search* ve *Share* seçenekleri bulunmaktadır. *Home*, okuru tüm dergilerin bulunduğu mağaza sayfasına yönlendirmekte; *Browse*, sayfalar arası hızlıca geçiş yapabilmeyi sağlamakta (Bkz. Resim 4.12); *Search*, tüm dergi içerisinde aranacak bir metni/kelimeyi kolayca bulabilmeye yardımcı olmakta (Bkz. Resim 4.12) ve son olarak *Share s*eçeneği ise sayfa içerisinden ekran alıntısı yapıp kaydedebilmeye ya da başkalarıyla paylaşabilmeye olanak vermektedir. *Share s*eçeneği sayesinde e-dergide bulunan görseller ve metinler derginin bütününe zarar vermeden arşivlenebilmekte ve internet aracılığıyla anında paylaşılabilmektedir. Basılı dergilerde bulunan görselleri ve metinleri ise sayfayı yırtarak saklayabildiğimiz için, bu sayfalar zamanla yıpranabilmekte veya kaybolabilmektedir.



Resim 4.12. *Skylife* dergisinin uygulamasında yer alan *Browse* (solda) *ve Search* (sağda) seçenekleri

"Siyah, baskı teknolojisinde koyu değerleri ve tonu belirleyen anahtar renktir, bu yüzden K (Key) kısaltması ile de belirtilir. Beyazın siyah ile güçlü kontrastlığı dolayısı ile sayfa üzerinde tipografik elemanlar genelde siyahla oluşturulur" (Uçar, 2004: 50). Nötr renk ailesinden olan gri ve siyah, ton değerleriyle birbirinden ayrılırlar. *Skylife*'ın basılı versiyonunun genelinde Türkçe ana metinler siyah, İngilizce tercümeler ise gri renkte kullanılmıştır. Böylece okur, algısına kodlanan renk farklılıkları sebebiyle kendi diline ait metni hızlı bir şekilde seçebilmektedir. Derginin mobil uygulama versiyonunda ise dil seçeneği butonlarının bulunması sebebiyle renk değişikliğine gidilme ihtiyacı duyulmamış, bu sebeple Türkçe ve İngilizce metinlerin her ikisi için de siyah renk kullanılmıştır. Her iki versiyonda da metinler sola hizalanmış (sağı girintili çıkıntılı), satır sonuna sığmayan heceler için tireleme yapılmamış ve yeni başlayan paragraflar için satır başı boşluğu bırakılmamıştır. Derginin içeriğinde bulunan bazı metinler vurgulanmak istenildiğinde ise kullanılan yazı karakterinin kalın (bold) veya altı çizilmiş eğimli (italik) biçimi kullanılmıştır.

Skylife'ın her sayısında Türk Hava Yolları Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkan Vekili Doç. Dr. Temel Kotil'in kaleme aldığı ve kendi fotoğrafının bulunduğu bir giriş yazısı yer almaktadır. Derginin basılı versiyonunda bu yazı, bir sayfası Türkçe diğer sayfası da yazının İngilizce tercümesi olacak biçimde toplam iki sayfa olarak tasarlanmıştır. Metinlerin başlangıçlarında dil farklılığını belirtmek amacıyla, kırmızı altıgen bir geometrik şekil içerisinde TR ve EN simgeleri yerleştirilmiştir (Bkz. Resim 4.13). Derginin mobil uygulama versiyonunda ise yazı uzunluğunun sayfa sayısını etkilemediğini görmekteyiz. Çünkü okur, *yukarı aşağı kaydırma butonu* sayesinde metnin devamına aynı sayfa içerisinde ulaşabilmekte, dil butonu sayesinde de metnin dilini değiştirebilmektedir. İki dilin aynı anda sayfa içerisinde yer almayışı tasarımsal olarak da geniş bir boşluğun oluşmasına imkan vermektedir. Bu sayede fotoğraf daha büyük kullanılabilmiş ve yazının başlangıcında büyük harf kullanımı

(inisiyal harf) gibi tipografik denemelere yer verilebilmiştir (Bkz. Resim 4.14).



Resim 4.13. Doç. Dr. Temel Kotil'in *Skylife* Aralık 2015 sayısı için yazdığı giriş yazısı (*Skylife* basılı versiyonu)



Resim 4.14. Doç. Dr. Temel Kotil'in *Skylife* Aralık 2015 sayısı için yazdığı giriş yazısının Türkçe ve İngilizcesi (*Skylife* mobil uygulama versiyonu)

Skylife'ın iç sayfalarını incelediğimizde öncelikli olarak; hangi konunun hangi sayfada yer aldığını belirtmesi açısından oldukça önem taşıyan *içindekiler bölümü* ve derginin yayın, yönetim, tasarım vs. alanlarında çalışanlar hakkında bir *bilgilendirme künyesinin* yer aldığını görmekteyiz. Derginin basılı versiyonunda içindekiler ve bilgilendirme künyesi kısmı alt alta verilmekteyken mobil uygulama versiyonunda bu bilgiler ayrı sayfalar halinde tasarlanmıştır. Her iki versiyonda da *içindekiler* isimli konu başlığı sayfanın sol tarafında, kırmızı renkte ve tırnaklı bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Kırmızı, dalga boyunun büyüklüğünden dolayı hemen göze çarpan dinamik bir renktir. Bu sebeple başlık kolayca okurun ilgisini çekebilmektedir.

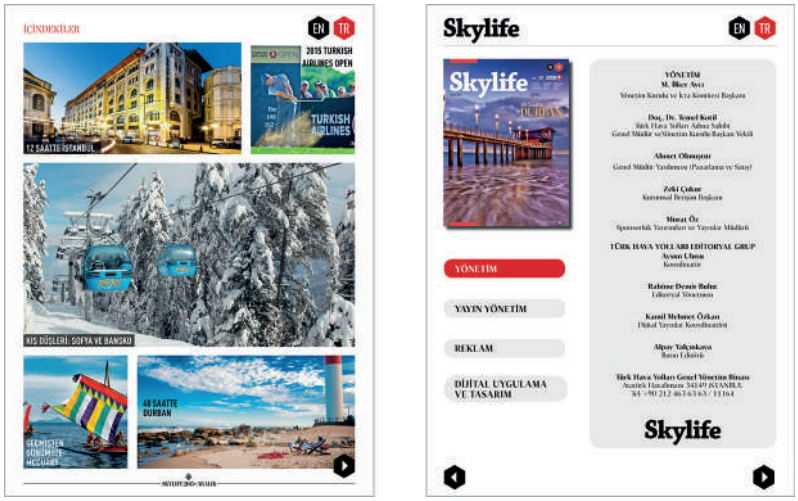
Skylife'ın basılı versiyonunun içindekiler sayfası toplamda iki sayfadan oluşmaktadır. Birinci sayfada *City Scope* bölümündeki, ikinci sayfada ise *On Board* bölümündeki konu başlıkları ve sayfa numaraları Türkçe ve İngilizce olarak bulunmaktadır. Bu sayfalarda, bazı konulara ait fotoğraflardan seçkiler yapılmış ve üzerilerine bulundukları sayfa numaraları yerleştirilmiştir. İçindekiler bölümünün ikinci sayfasının sağ üst köşesinde de *Kapak Hikayesi* başlığı altında derginin kapağı ile ilgili kısa bir açıklama metni yer almaktadır (Bkz. Resim 4.15).



Resim 4.15. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonunun içindekiler sayfası

Skylife mobil uygulama versiyonunun içindekiler sayfasında ise tıpkı basılı versiyonunda olduğu gibi dergide yer alan konulara ait bir fotoğraf kolajı yapılmış ve üzerilerine konu başlıkları yazılmıştır. (Başlıkların dil çevirisi sağ üst köşede bulunan EN ve TR butonlarından yapılabilmektedir.) Derginin mobil uygulamasında bu fotoğraflar başlangıçta görüntülenmemekte, sonrasında sayfa içerisinde tek tek belirmeye başlamaktadır. Basılı versiyonun aksine, fotoğraflar üzerinde sayfa numaraları yer almamaktadır ve üzerine dokunulduğunda/tıklanıldığında da metne hızlı geçiş yapılamamaktadır. Bu bakımdan sayfa etkileşiminin ve bilgilendirmesinin oldukça zayıf olduğunu söyleyebiliriz (Bkz. Resim 4.16).

Ayrı bir sayfa olarak tasarlanan bilgilendirme künyesi sayfasında ise *yönetim*, *yayın yönetim*, *reklam*, *dijital uygulama ve tasarım* başlıklı bilgilerin butonlar aracılığıyla sayfanın sağ tarafında yer alan gri kutucuk içerisinde verildiğini görmekteyiz. Bu butonlar gri renkteyken dokunulduğu/tıklanıldığı zaman kırmızı renge dönüşmektedir. Tüm bilgilerin ayrı butonlar aracılığıyla açılır olması sayfada oluşacak metin kalabalığını engellemekte ve okurun ulaşmak istediği bilgiye erişimini hızlandırmaktadır (Bkz. Resim 4.16). Derginin basılı versiyonunda yer alan bilgilendirme künyesinde ise kullanılan yazı puntosunun küçüklüğü ve bilgilerin içindekiler sayfasıyla aynı tasarım içerisinde yer alması algılanırlığı zorlaştırmaktadır.



Resim 4.16. *Skylife* (Aralık 2015) mobil uygulama versiyonuna ait içindekiler sayfası (solda) ve bilgilendirme künyesi (sağda) görüntüleri

Skylife'ın *City Scope* isimli ana bölümünün ilk içeriği olan *etkinlik* bölümünde yurt dışında yer alan 4 şehrin ay içerisinde yer alacak etkinliklerinin bilgisi verilmektedir. Bu sayfanın basılı versiyonunda görseller metnin üst kısımda konumlandırılmıştır. Sayfanın mobil uygulama versiyonunda ise görseller alt alta, metinlerde bu görsellerin sağ tarafında kalacak şekilde yerleştirilmiştir. Bu tasarım biçimiyle okur, fotoğraf ve metinlerin birbiriyle olan ilişkisini daha rahat kurabilmektedir. Sayfanın mobil uygulamasında bu fotoğraflar başlangıçta görüntülenmemekte, sonrasında sırasıyla soldan sağa bir hareketle sayfa içindeki yerlerini almaktadır. Böylece okurun ilgisi sayfayı açar açmaz fotoğraflara yönelmekte, ve fotoğrafları incelemesi kaçınılmaz hale gelmektedir. Okur, bu görsellerin üzerinde bulunan *çift tık ile fotoğraf büyütme* butonu sayesinde de fotoğrafı daha büyük görüntüleme şansını yakalamaktadır (Bkz. Resim 4.17).



Resim 4.17. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonunun (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) etkinlik sayfa tasarımına ait görüntüleri

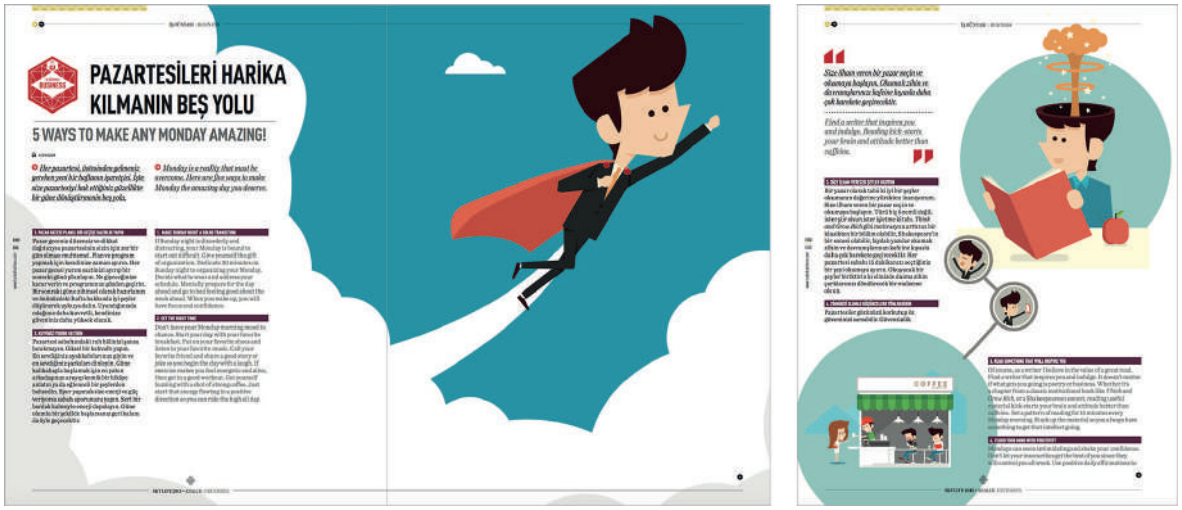
Derginin *4 Şehir* başlıklı etkinlik sayfasının hemen devamında ise *İstanbul'da Bu Ay* başlıklı konu yer almaktadır. Sayfanın basılı versiyonundaki tasarım beyaz zemin üzerine siyah renkli metinler olarak kurgulanmışken, uygulama versiyonu kısmi olarak turkuaz bir zemin üzerine beyaz renkte yazılmış metinler olarak tasarlanmıştır. Sayfanın mobil uygulamasında bu fotoğraflar başlangıçta görüntülenmemekte, sonrasında sayfa içerisinde tek tek belirmeye başlamaktadır. Bir öncekinde olduğu gibi bu sayfada bulunan görsellerin üzerinde de *çift tık ile fotoğraf büyütme* butonu yer almaktadır. Bu sayede okur dilediği fotoğrafı daha büyük görüntüleyip, inceleyebilmektedir (Bkz. Resim 4.18).



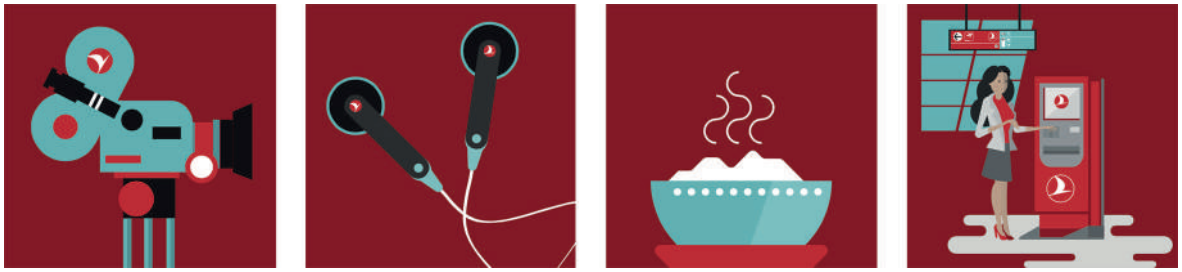
Resim 4.18. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonunun (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) *İstanbul'da Bu Ay* başlıklı sayfalarına ait görüntüleri

*Skylife'*ın genel tasarımında görsel dilin ağırlıklı olarak kullanıldığını ve her metnin etkileyici fotoğraflarla bazen de vektörel resimlemelerle (illüstrasyon) desteklendiğini görmekteyiz (Bkz. Resim 4.19). *Skylife*'da yer alan resimlemeler, derginin bütünlüğüne uygun renklerde ve günümüz modası olan gölge, derinlik, kabartma gibi efektleri barındırmayan iki boyutlu, tasarımlar biçimindedir. Resimlemeler, metnin anlatım gücünü ve akılda kalınırlığını arttırmaları bakımında oldukça önem taşımaktadırlar.

Derginin yalnızca basılı versiyonunda yer alan *info* bölümünün ayraç görevini gören sayfasında da film, müzik, ikram ve check-in sürecini yansıtan iki boyutlu vektörel resimlemeler bulunmaktadır (Bkz. Resim 4.20). *Info* bölümünün içeriğinde yer alan misafir, check-in süreci ve bagaj bilgilendirme metinleri de iki boyutlu vektörel resimlemelerle desteklenmiştir. Resim 4.21'de bulunan ilk resimleme, hasta ve hamile yolcuları, ikinci resimleme bebekli yolcuları ve son resimleme evcil hayvanları ile seyahat eden yolcuları bilgilendirmek amacıyla yazılan metinler için hazırlanmıştır. Resim 4.22'de ise sırasıyla web, mobil ve self check-in sürecini anlatan metinlerin resimlemelerini görmekteyiz.



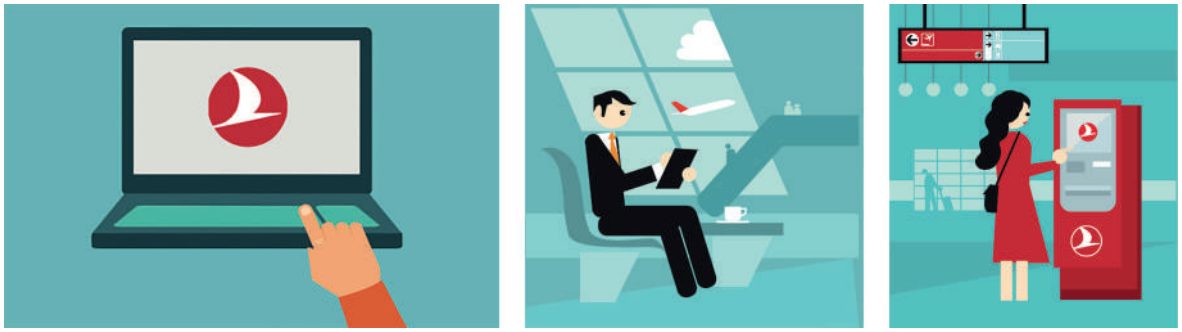
Resim 4.19. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonunda yer alan vektörel resimlemeler



Resim 4.20. *Skylife* basılı versiyonunda yer alan film, müzik, ikram ve check-in sürecine ait vektörel resimlemeler

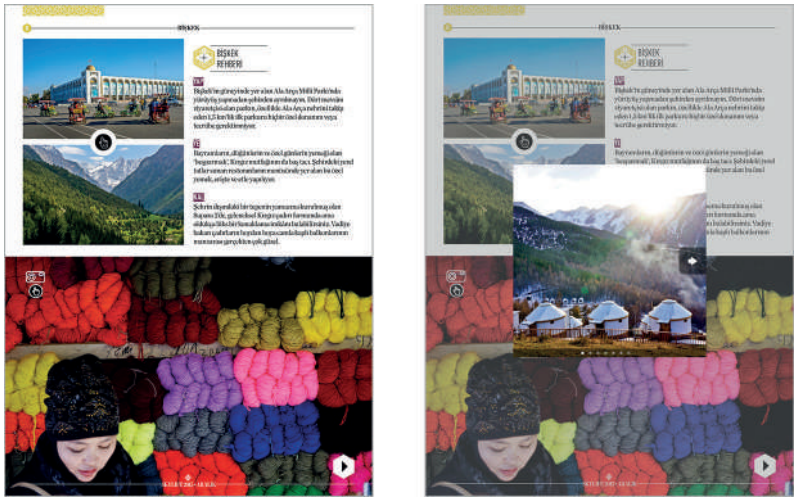


Resim 4.21. (Sırasıyla) Hasta ve hamile yolcular, bebekli yolcular ve evcil hayvanları ile seyahat eden yolcuları anlatan vektörel resimlemeler



Resim 4.22. Web, mobil ve self check-in süreçlerinin metinlerine ait vektörel resimlemeler

Derginin mobil uygulama versiyonunun içeriğinde kullanılan fotoğraflar; yavaşça belirme, giderek ekrana yaklaşma/uzaklaşma, soldan sağa kayarak sayfaya gelme gibi efektlerle veya fotoğraf galerisi biçiminde okurun karşısına çıkabilmektedir. Resim 4.23'de *Skylife* Aralık 2015 sayısına ait bir sayfa yer almaktadır. Sayfada bulunan büyük fotoğrafın sol üst köşesine eklenmiş *fotoğraf galerisi buton simgesi* okura sayfada daha fazla görsel bulunduğuna dair ipucu vermektedir. Bu butona dokunulduğunda/tıklanıldığında sayfa silikleşmekte ve ortasında bir fotoğraf galerisi belirmektedir. Galerinin kenarına yerleştirilen ok simgesinin yardımıyla ise tüm fotoğraflar sırasıyla görüntülenebilmektedir. Bu tür etkileşim özellikleri okurun ilgisini çekmekte ve fotoğraflara bakma arzusunu arttırmaktadır.



Resim 4.23. *Skylife* (Aralık 2015) mobil uygulamasına ait fotoğraf galerisi barındıran örnek sayfa görüntüsü

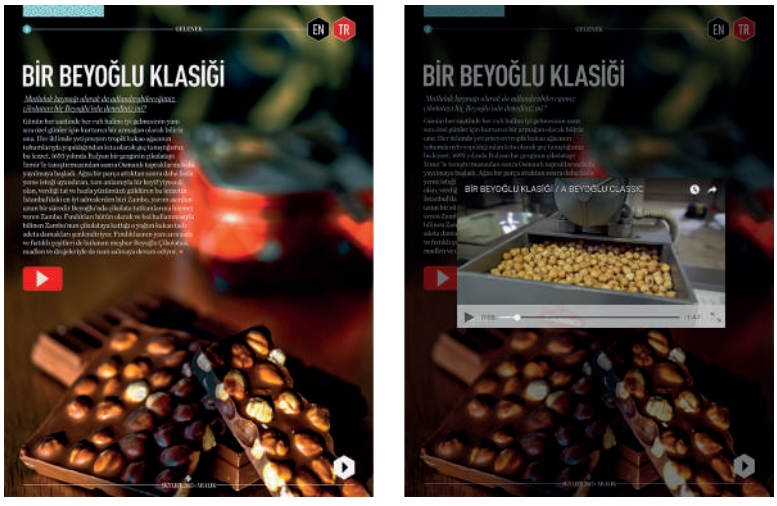
Skylife Aralık 2015 sayısının basılı versiyonu için tasarlanmış fotografik bir sayfa, onun hemen yanında ise aynı sayfanın *Skylife* mobil uygulaması için uyarlanan tasarımı yer almaktadır (Bkz. Resim 4.24). Derginin basılı versiyonunda fotografik sayfaların hepsi ayrı ayrı sayfalarda bulunurken, mobil uygulama versiyonunda tek bir sayfa tasarımı içerisinde tüm fotoğraflara erişmek mümkün olmaktadır. Okur, sayfada bulunan küçük fotoğraflara

dokunarak/tıklayarak dilediği fotoğrafı seçebilmekte, metnini okuyabilmekte, fotoğrafçının ismini görebilmekte ve görselin üzerinde yer alan *çift tık ile fotoğraf büyütme* butonu ile fotoğrafı büyütebilmektedir.



Resim 4.24. *Skylife* (Aralık 2015) basılı versiyonu (solda) ve aynı sayfanın mobil uygulama versiyonuna (sağda) ait iç sayfa görüntüleri

Skylife mobil uygulamasında bazı metinler videolarla desteklenmektedir. Okur, içeriğinde video barındıran konuları video buton simgesinden ayırt edebilmekte, dilerse bu butona dokunarak/tıklayarak videoyu izleyebilmekte ve e-posta ya da sosyal medya kanalları aracılığıyla paylaşabilmektedir (Bkz. Resim 4.25).



Resim 4.25. *Skylife* (Aralık 2015) mobil uygulama versiyonuna ait video barındıran örnek sayfa görüntüsü

Derginin mobil uygulama versiyonunda bulunan bir diğer etkileşim özelliği ise *www.turkishairlines.com* web sayfasına hızlı erişim sağlamasıdır. İçeriğinde gezilebilecek ülkeler ve şehirler hakkında metinlere yer veren *Skylife*, bu metinlerin bazılarında *Nasıl Gidilir?*

başlığı altındaki bir kutucuk içerisinde Türk Hava Yolları'nın buraya yaptığı sefer bilgilerine yer vermektedir (Bkz. Resim 4.26). Okur bu kutucuğa dokunduğunda/tıkladığında *www.turkishairlines.com* web sayfasındaki bilet alma bölümüne yönlendirilmektedir.



Resim 4.26. *Skylife* mobil uygulamasındaki *Nasıl Gidilir?* başlıklı kutucuğa ait görüntü

Skylife'ın yer aldığı Facebook, Twitter, Instagram ve Google Plus sosyal medya kanallarına ait butonlar derginin mobil uygulamasının son sayfasında yer almaktadır. Okur bu butonlara dokunduğunda/tıkladığında doğrudan sayfaya yönlendirilmekte ve dilerse takip edebilmektedir.

Skylife dergisi aynı zamanda web sayfası biçiminde *www.skylife.com/tr/* adresi üzerinden de yayın yapmaktadır. Etkileşim özellikleri fazla olmayan bu e-dergi, bilgisayar, tablet, akıllı telefon ve benzeri tüm ekranlarda düzgün bir şekilde görüntülenebilmesi için *responsive* bir web sitesi şeklinde tasarlanmıştır. "Responsive web tasarım, bilgisayar, mobil ve tablet cihazlardan girildiğini anlayarak, içerisinde bulunan yazı, resim, menü ve diğer elementlerin boyutlarını otomatik olarak ayarlamaktadır. Bu sayede kullanıcısına kolay kullanılabilirlik ve istediği sayfaya hızlı ulaşmasına olanak sağlamaktadır" (http://www.yazilimnet.com/tr/blog/19/responsive-web-tasarim-nedir- Erişim Tarihi: 06.12.2015).

Skylife web dergisinin dizüstü bilgisayar, tablet ve akıllı telefon ile görüntülenmiş biçimini resim 4.27'den inceleyebiliriz. Görüldüğü üzere ekran boyutunun giderek küçülmesine bağlı olarak tasarım biçimi değişim göstermiş aynı zamanda arka planda kullanılan açık sarı renk küçük ekranlarda görüntülenmemiştir. Bu değişimler sayfanın *responsive* bir web sitesi şeklinde tasarlanmasından kaynaklanmaktadır.



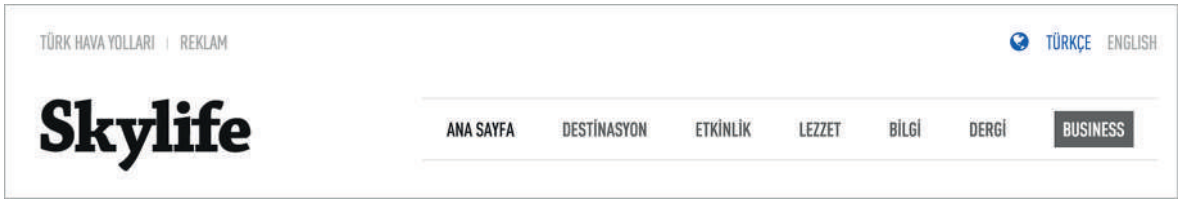
Resim 4.27. *Skylife* web dergisinin (Aralık 2015) dizüstü bilgisayar, tablet ve akıllı telefon ile görüntülenmiş biçimleri

Skylife web dergisi, basılı ve mobil uygulama versiyonunda olduğu gibi İngilizce ve Türkçe dil seçeneklerine sahiptir. Okur, dil değişimini sayfanın sağ üst köşesinde bulunan butonlarla yapabilmektedir. Aktif olan dil seçeneği mavi renkte iken, diğer buton gri renge dönüşmektedir (Bkz. Resim 4.28). Sayfanın sol üst köşesinde ise *www.turkishairlines.com* web sayfasını açan *Türk Hava Yolları* butonu ve *Skylife* reklam departmanındaki bilgilere erişim sağlayan *Reklam* butonu yer almaktadır.



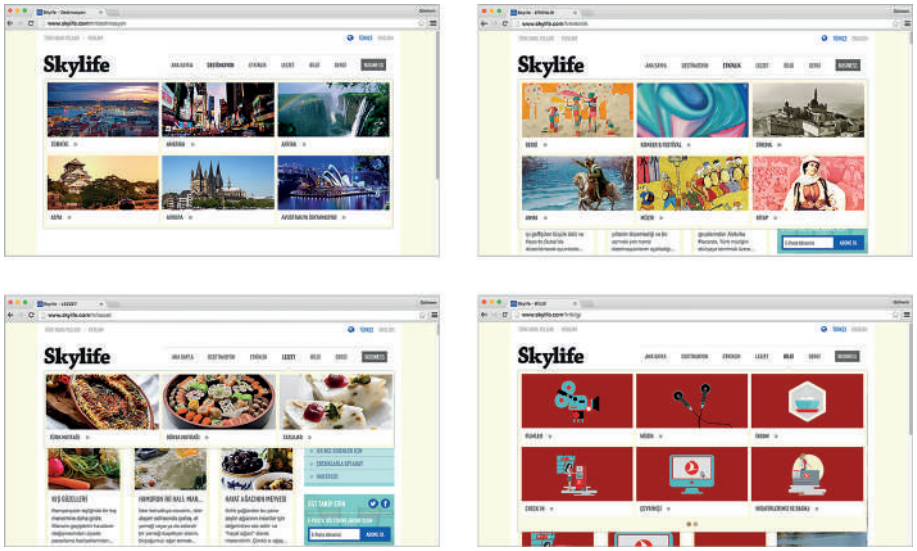
Resim 4.28. *Skylife* web dergisine ait dil butonları

Derginin web sayfasında logo sayfanın sol üst köşesinde yer almakta ve bunu takiben sayfanın ana içeriklerini oluşturan *anasayfa*, *destinasyon*, *etkinlik*, *lezzet*, *bilgi*, *dergi* ve *business* isimli butonlar bulunmaktadır. Bu butonlar iki ince çizgi arasında konumlandırılmış ve tırnaksız, sıkışık (condensed) bir yazı karakteri ile koyu gri renkte yazılmışlardır. Butonların üzerine gelindiğinde ise bu renk siyaha dönüşmekte ve butonda yer alan alt başlıklar temsili fotoğrafları ile birlikte görüntülenmektedir. (Bkz. Resim 4.29).



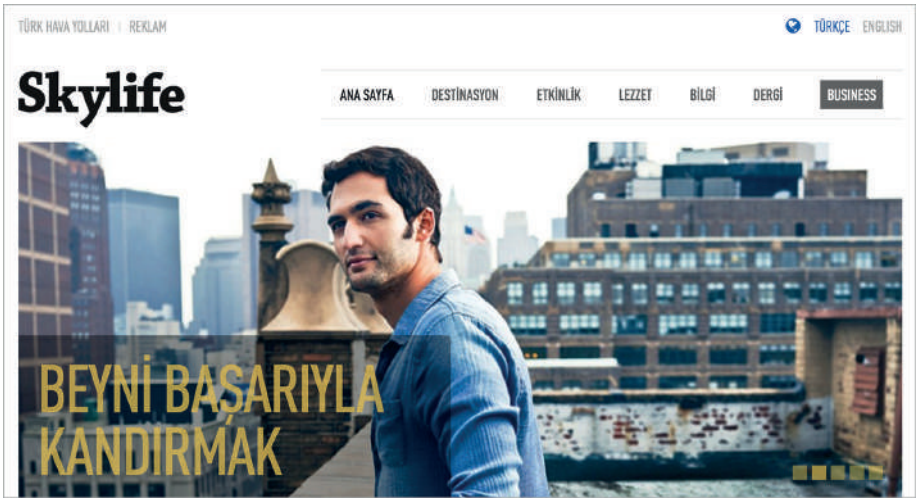
Resim 4.29. *Skylife* web dergisinin logo ve buton yerleşimi

Destinasyon butonunun içeriğinde Türkiye, Amerika, Afrika, Asya, Avrupa, Avustralya (Okyanusya); *etkinlik* butonunun içeriğinde sergi, konser & festival, sinema, anma, müzik, kitap; *lezzet* butonunun içeriğinde Türk mutfağı, dünya mutfağı, tatlılar; *bilgi* butonunun içeriğinde filmler, müzik, ikram, check-in, çevrim içi, misafirlerimiz ve bagaj, Star Alliance, filo, uçuş bilgileri, duyurular, haritalar ve ABD göçmenlik alt başlıkları (Bkz. Resim 4.30); *dergi* butonunun içeriğinde *Skylife* dergisinin yıllara göre arşivi ve *business* butonunun içeriğinde de THY'nin seçkin yolcuları için özel olarak hazırladığı aylık *Skylife Business* dergisinin web versiyonu ve arşivi yer almaktadır.



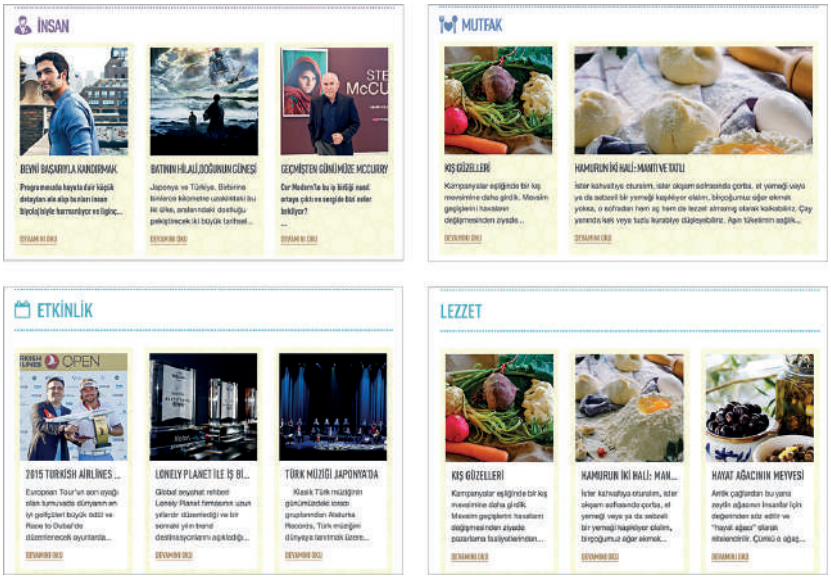
Resim 4.30. *Skylife* web dergisinde (Aralık 2015) yer alan *destinasyon*, *etkinlik*, *lezzet* ve *bilgi* butonlarının içeriklerini gösteren ekran görüntüleri

Skylife web dergisinin ana sayfasında 5 fotoğraftan oluşan bir görüntü göstericisi (slider) bulunmakta, görüntülerin üzerinde de ait oldukları konu başlıkları yazmaktadır. Bu başlıklar, şeffaf siyah bir dikdörtgen içerisinde görüntü göstericisinin sol alt köşesinde konumlandırılmış, tırnaksız bir yazı karakteri ile, majüskül harflerle (büyük harf) ve altın sarısı renkte yazılmıştır (Bkz. Resim 4.31).



Resim 4.31. *Skylife* web dergisinin (Aralık 2015) görüntü göstericisine (slider) ait görüntü

Skylife web dergisinin tümünde konular, dikey ya da yatay dikdörtgen kutucuklar içerisine yerleştirilmiştir. Ana sayfada bulunan kutucuklar açık sarı renkte desenli bir zemine sahipken; *destinasyon*, *etkinlik*, *lezzet* ve *bilgi* butonlarının içeriğindeki konular beyaz zemin üzerine yazılmış ve açık sarı rengindeki desenli zemin bu kutucuğun çerçevesi olarak kullanılmıştır. Bu kutucukların üst kısmında konuya ait temsili bir görsel, onun altında konunun gri büyük harflerle, tırnaksız-sıkışık bir yazı karakteri ile yazılmış başlığı, onun altında da konunun içeriğine ait bir kaç cümle gri renkte tırnaksız bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Okur ilgisini çeken metni, kutucuğun altında bulunan *Devamını Oku* ibaresine tıklayarak görüntüleyebilmektedir (Bkz. Resim 4.32).



Resim 4.32. *Skylife* web dergisinin (Aralık 2015) ana sayfasında (üstte) ve etkinlik, lezzet sayfasında (altta) yer alan metin kutucukları

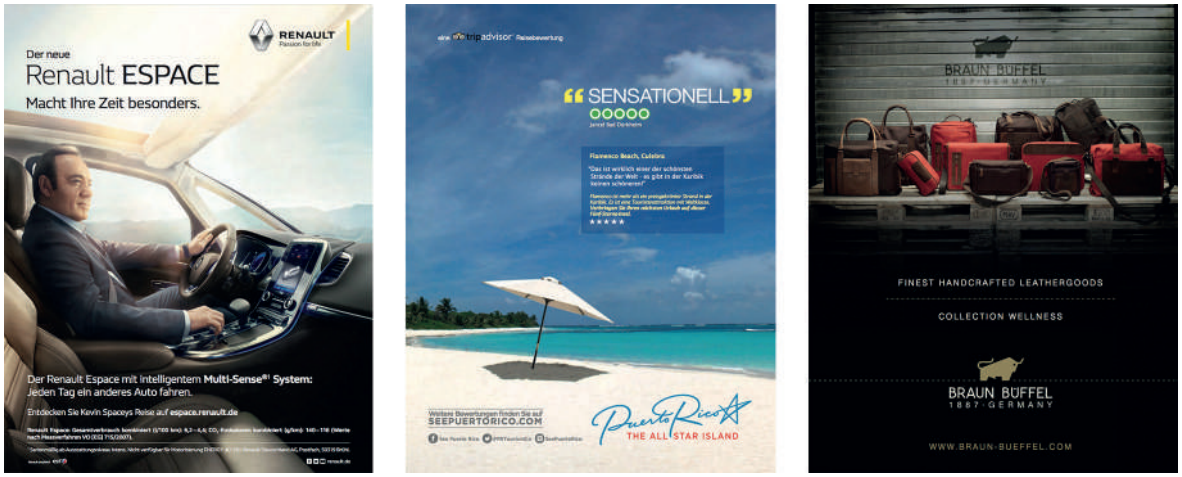
Derginin ana sayfasının sağ kısmında Türk Hava Yolları Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkan Vekili Doç. Dr. Temel Kotil'in fotoğrafı ve yazdığı *hoşgeldiniz* başlıklı yazısının bulunduğu bir kutu, onun altında ise *Skylife* dergisine ait Facebook ve Twitter sosyal medya platformlarına erişim ve e-posta bültenine üye olma buton özelliğinin yer aldığı turkuaz renkli bir kutu yer almaktadır (Bkz. Resim 4.33). *Bizi Takip Edin* başlığı altındaki bu dikdörtgen kutu diğer butonlara tıklanıldığında da sayfanın sağ tarafında bulunan konumunu korumaktadır.



Resim 4.33. *Skylife* web dergisinde yer alan "Ceo'nun Mesajı" ve "Bizi Takip Edin" başlıklı kutucuklara ait görüntüler

4.2 Lufthansa Magazin

Lufthansa Magazin, Almanya'nın ulusal havayolu şirketi Lufthansa'nın aylık yayınlanan uçak içi dergisidir. "17 ülke boyunca 1,5 milyon okuyucuya ulaşan dergi, Avrupa uçak içi dergileri arasında en yüksek tiraja sahiptir" (LHM ObjektProfil, 2015). *Lufthansa Magazin* tirajının yüksek olması sebebiyle reklam verenler için de önemli bir mecradır. Dergide yer alan reklamların çevirisi bulunmamakta, sadece İngilizce ya da Almanca dillerinde okura ulaşmaktadır (Bkz. Resim 4.34).



Resim 4.34. *Lufthansa Magazin* basılı versiyonunda yer alan reklamlara ait görüntüler

Reklamlar karşılıklı çift sayfa ya da tek sayfa içerisinde yer alabildiği gibi, sayfanın sadece bir kısmını kaplayacak dikey sütunlar şeklinde de karşımıza çıkabilmektedir (Bkz. Resim 4.35).



Resim 4.35. *Lufthansa Magazin* basılı versiyonunda yer alan tam sayfa olmayan reklamlara ait görüntüler

Lufthansa Magazin ilk kez 1998 yılında yayın hayatına başlamıştır. İngilizce ve Almanca olmak üzere iki dilli yayınlanan derginin basılı versiyonunun boyutu 205 x 260 mm'dir. *Lufthansa Magazin* içeriğinde, seyahat, havacılık ile ilgili bölümlere, yolculuk hakkında yararlı bilgilendirmelerin olduğu *Service* isimli bölüme ve *Sky Talk* adlı röportaj sayfasına yer vermekte ve bu içerikleri kaliteli bir gazetecilik anlayışıyla okura aktarmaya odaklanmaktadır.

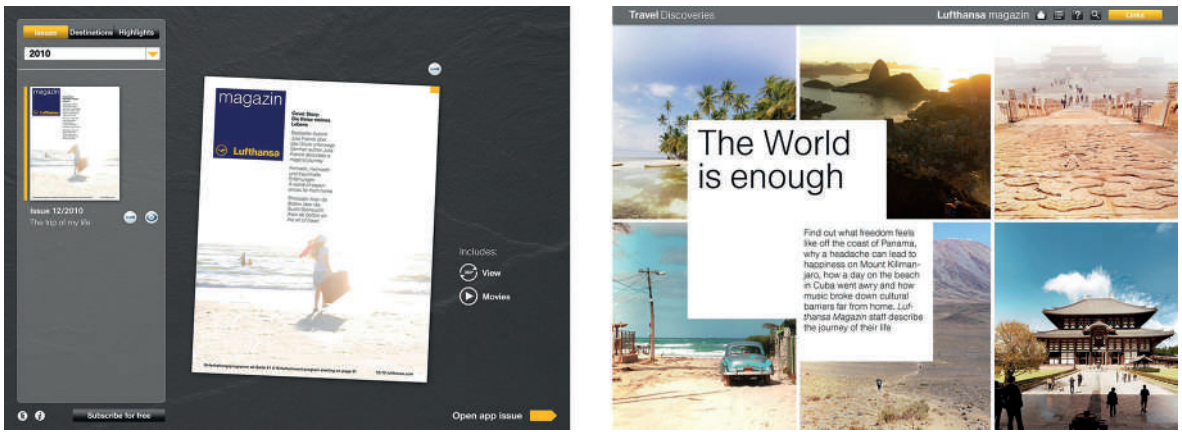
Dergi, basılı versiyonun yanı sıra, ilk kez Aralık 2010 sayısı ile birlikte ücretsiz iPad uygulaması şeklinde okurlarıyla buluşmaya başlamıştır (Bkz. Resim 4.36). *G+J Media Research Services (G + J Medya Araştırma Hizmetleri)* tarafından 2012 yılında yapılan araştırmaya göre:

- *Lufthansa Magazin* iPad uygulaması Aralık 2010'dan itibaren yaklaşık olarak 134,832 kez indirilmiş, derginin 2012 yılındaki aylık indirme sayısı ise yaklaşık 4235 olarak belirlenmiştir.

- Uygulama çoğunlukla erkek okurlar tarafından indirilmekte ve bunun çoğunluğunu 30-49 yaş grubu oluşturmaktadır.

- Okurların %41,6'sı havacılık ve teknik konular hakkında daha fazla bilgi edinmek için, %29,6'sı seyahat ipuçları ve önerileri almak için, %24,4'ü tamamen eğlence amacıyla ve %4,3'ü ise diğer sebeplerden ötürü derginin uygulamasını indirdiklerini belirtmişlerdir.

- Ankete katılanlar derginin uygulamasının içeriğinde bulundurduğu çoklu ortam elemanları ve dergiye sürekli olarak erişebilirliğin sağlanması gibi sebeplerle, uygulamanın basılı versiyonuna gerçek bir değer kattığı görüşünde bulunmuşlardır.



Resim 4.36. *Lufthansa Magazin* Aralık 2010 sayısının iPad uygulamasına ait kapak tasarımı ve iç sayfa görüntüsü

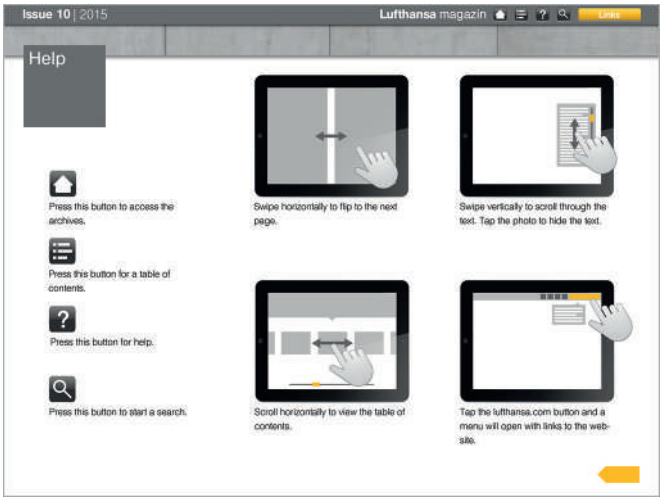
Aralık 2010'dan başlayıp 2011, 2012, 2013, 2014 ve Ekim 2015' e kadar olan tüm *Lufthansa Magazin* sayılarını içeriğinde bulunduran iPad uygulaması, tabletin yatay yönde tutularak okunması biçiminde tasarlanmıştır. Uygulamanın üst barının sol üst köşesinde derginin ait olduğu yıl ve sayı bilgisi verilirken sağ tarafında sırasıyla; tüm sayıların bulunduğu kütüphaneye yönlendiren *arşiv butonu*, dergi sayfalarının önizlemesini gösteren *içindekiler butonu*, uygulamanın nasıl kullanılacağına dair anlatımın olduğu *yardım butonu*, konu başlıklarını gösterip bunlara hızlı geçiş yapmayı sağlayan *arama butonu* ve lufthansa.com, Miles & More, WorldShop web sitelerini açan *Links* isimli *bağlantı butonu* yer almaktadır (Bkz. Çizelge 4.2).

Links butonu sarı renkte ve dikdörtgen biçiminde, diğer butonlar ise kenarları ovalleştirilmiş kare formda siyah-beyaz olarak tasarlanmıştır. Kullanılan simgeler okurun kolay ve hızlı bir biçimde iletişime geçebileceği evrensel nitelikte tasarımlardır.

Çizelge 4.2. *Lufthansa Magazin* iPad uygulamasında yer alan buton simgeleri ve anlamları

	Arşiv butonu
	İçindekiler butonu
	Yardım butonu
	Arama butonu
	Bağlantı butonu

Uygulama içinde bulunan yardım butonu ile karşımıza resim 4.37'de yer alan görüntü çıkmaktadır. Bu sayfayla okur, uygulamayı nasıl kullanacağı konusunda bilgilendirilmektedir. Görsellere göre, bir sonraki sayfaya geçmek için parmak ile yatay yönde sürükleme hareketinin yapılması, tüm metni okuyabilmek için yazının dikey yönde kaydırılması, içindekiler sayfasında gezinirken yatay yönde sürükleme hareketinin yapılması ve son olarak *links* isimli bağlantı butonuna hafifçe vurarak web sitelerinin açılmasına yönelik bilgiler okura aktarılmıştır.



Resim 4.37. *Lufthansa Magazin* iPad uygulamasına ait yardım sayfası

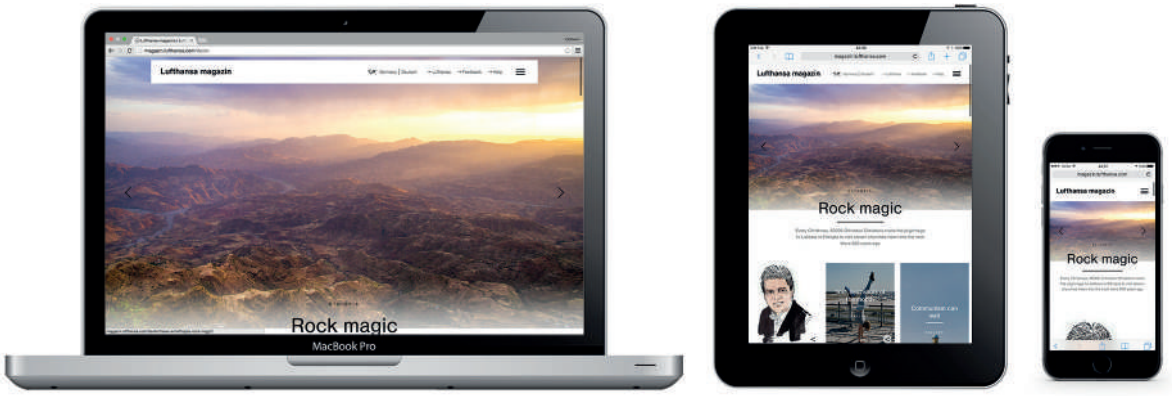
Resim 4.38'de sırasıyla *Lufthansa Magazin*'in Temmuz 2011, Ağustos 2011 ve Kasım 2015 sayılarına ait kapak tasarımları yer almaktadır. Derginin logosu uzun süre lacivert ve kare zemin üzerine tırnaksız bir yazı karakteri ile kurgulanmış, Ağustos 2011 sayısıyla ise bu tasarımdan vazgeçilmiş, zemin kaldırılmış ve *magazin* kelimesi büyütülerek sayfa üzerinde kapladığı yer artırılmıştır.

Günümüzde *Lufthansa Magazin*, Kasım 2015 sayısı ile birlikte yepyeni bir tasarımla okurlarının karşısına çıkmıştır. Yeni tasarımda kapak üzerinde tam boy fotoğraf kullanımından vazgeçilmiş, kapak görselinin üst ve sol kısmını kapsayan beyaz boşluklar ile kapağa kısmi bir çerçevelendirme yapılmıştır. *Lufthansa Magazin*'in sanat yönetmeni *Britta Hinz,* derginin yeni tasarımı hakkında verdiği röportaj videosunda, kapak üzerinde bulunan tipografik ögeleri bu boşluklar üzerine yerleştirerek mümkün olduğunca görseli üzerindeki yazılardan arındırmaya çalıştıklarını çünkü kapak fotoğrafının böylece kendini daha iyi göstereceğine inandıklarını belirtmiştir (http://magazin.lufthansa.com/de/en/travel-en/brand-new-with-a-website-too/ Erişim Tarihi: 18.12.2015). Derginin eski sayılarında yer alan Lufthansa Hava Yolları'nın kurumsal logosu ise yeni tasarımda kullanılmamış, bunun yerine *Lufthansa* kelimesi beyaz zemin üzerine, *magazin* kelimesi de hem beyaz zemin hem de kapak fotoğrafının üzerine gelecek şekilde konumlandırılmış ve siyah, tırnaksız bir yazı karakteriyle küçük harflerle tasarlanmıştır (Bkz. Resim 4.38).



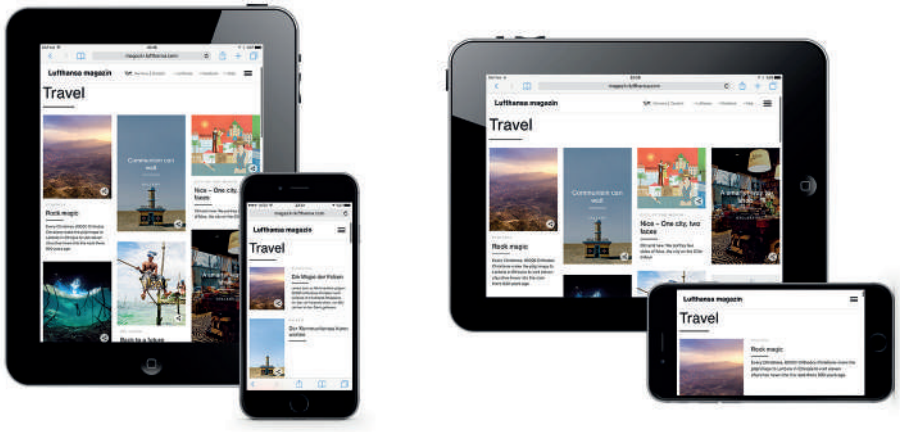
Resim 4.38. (Sırasıyla) *Lufthansa Magazin* Temmuz 2011, Ağustos 2011 ve Kasım 2015 sayılarına ait kapak tasarımları

Ekim 2015 sayısına kadar derginin iPad uygulaması kullanılmaya devam edilmiş, fakat yeni tasarımlı Kasım 2015 sayısı ile birlikte dergi *duyarlı* (*responsive)* web sitesi şeklinde yayınlanmaya başlamıştır. Bu sayede dergi iPad kullanıcıları dışındaki okurlara da bilgisayar, tablet, akıllı telefon ve benzeri tüm ekranlar üzerinden web sayfası biçiminde görüntülenerek ulaşma olanağı bulmuştur (Bkz. Resim 4.39). Derginin web versiyonuna *magazin.lufthansa.com* veya *lh.com/magazin* adresinden ulaşılabilmekte, basılı versiyonunun PDF'i ise *www.lhm-lounge.de/archiv.html* web adresi üzerinden indirilebilmektedir.



Resim 4.39. *Lufthansa Magazin* web dergisinin (Aralık 2015) bilgisayar, tablet ve akıllı telefon ekranındaki örnek görüntüsü

Okur, tablet veya akıllı telefonlar aracılığıyla görüntüleyebileceği *Lufthansa Magazin* web dergisini e-cihazı yatay ya da dikey konumda tutarak okuyabilme özgürlüğüne sahiptir. Çünkü içerikler her iki yön için de okunurluğa uygun olarak tasarlanmıştır. Resim 4.40'da *Lufthansa Magazin* web dergisinin Aralık 2015 sayısı *Travel* konu başlığına ait ekran görüntüsü yer almaktadır. Görüldüğü gibi sayfada bulunan görseller ve metinler ekran boyutuna uyum sağladığından metin okunurluğunu zorlaştıracak etmenlerle karşılaşılmamaktadır.



Resim 4.40. *Lufthansa Magazin* web dergisinin (Aralık 2015) tablet ve akıllı telefon ekranındaki yatay ve dikey görünümü

Tasarımın yanı sıra dergiye *moda (Style)* bölümü eklenerek içerikte de yeniliğe gidilmiştir. Bu bölümde kullanılan fotoğraflar derginin basılı versiyonunda kimi zaman tam sayfa, kimi zaman beyaz boşluklarla birlikte kurgulanarak sayfaya yerleştirilmiştir. Dergi tasarımının genelinde ise metinler bazen beyaz zemin üzerine veya görsel üzerine bazen de hem görsel hem beyaz zemin üzerine gelecek biçimde konumlandırılmıştır (Bkz. Resim 4.41).



Resim 4.41. *Lufthansa Magazin* (Kasım 2015) basılı versiyonunda yer alan moda içerikli sayfalar

Metnin Almanca ve İngilizce çevirilerine aynı sayfa içerisinde yer veren *Lufthansa Magazin* 'in basılı versiyonunda başlık ve metinlerde tırnaksız bir yazı karakteri tercih edilmiş; metnin başlığı ve Almancası siyah renkte yazılırken İngilizcesi gri renkte yazılarak ayrıştırılmıştır. Derginin basılı versiyonunun tasarımında metinler sola hizalanmış, satır sonuna sığmayan heceler için tireleme yapılmış ve yeni başlayan paragraflar için satır başı boşluğu bırakılmıştır. "Sözcükleri bölmenin (tirelemenin) amacı, göze hoş görünmeyen boşlukları veya nehirleri olmayan, temiz görünen metin blokları oluşturmaktır. Bu sebeple tasarımcının tirelemeyi kontrol etmesi önemlidir" (Ambrose ve Harris, 2013: 82).

Vurgulanmak istenen kelimeler/cümleler ise kimi zaman kalın, kimi zaman da kalın-eğimli bir biçimde yazılarak okura aktarılmış, bazı metin başlangıçlarında da büyük harf kullanımı (inisiyal harf) gibi tipografik denemelere yer verilmiştir (Bkz. Resim 4.42). İnisiyal harf, metne hareket ve estetik katmasının yanı sıra siyah alan (pozitif alan) oluşturmak amacıyla da kullanılmaktadır.



Resim 4.42. *Lufthansa Magazin* (Aralık 2015) basılı versiyonunda, metin başlangıçlarında büyük harf kullanımı (inisiyal harf) bulunan sayfa tasarımları

Derginin basılı ve web versiyonunun bütününde beyaz boşluk kullanımı hakimdir. Görseller ve metinler bu boşluklar içerisinde dengeli bir şekilde yerleştirilmiştir. "Tasarım yüzeyinin belirli bir bölgesinde kümelenen beyaz boşluk, denge sağlamada çok önemli bir role sahiptir. Beyaz boşluk, optik ağırlık oluşturmada bazen görsel unsurlara göre daha belirleyici bir işlev üstlenebilir" (Becer, 2006: 67).

Basılı *Lufthansa Magazin*'in çift sayılı sayfa numaraları sayfanın sol üst köşesinde ve tek sayılı sayfa numaraları sayfanın sağ üst köşesinde, tırnaksız koyu bir yazı karakteri ile yazılmıştır. Sayfada yer alan konu içerik bilgilendirmesi ise sol sayfalarda sayfa numarasını dikey kesecek biçimde tırnaksız koyu bir yazı karakteri ile yazılıp, konumlandırılmıştır. Metnin ait olduğu yazarın isim bilgisi kimi zaman başlığın üstünde ya da altında, kimi zaman da sayfanın en altında verilmektedir. Metin içerisinde yer alan fotoğrafların ait olduğu kişi/kişilerin bilgisi ise tıpkı konu içerik bilgilendirmesi gibi sayfayı yatay kesecek bir biçimdedir. Sayfa tasarımındaki beyaz boşluk kullanımı okurun bu bilgileri kolayca görmesine olanak vermektedir (Bkz. Resim 4.43).



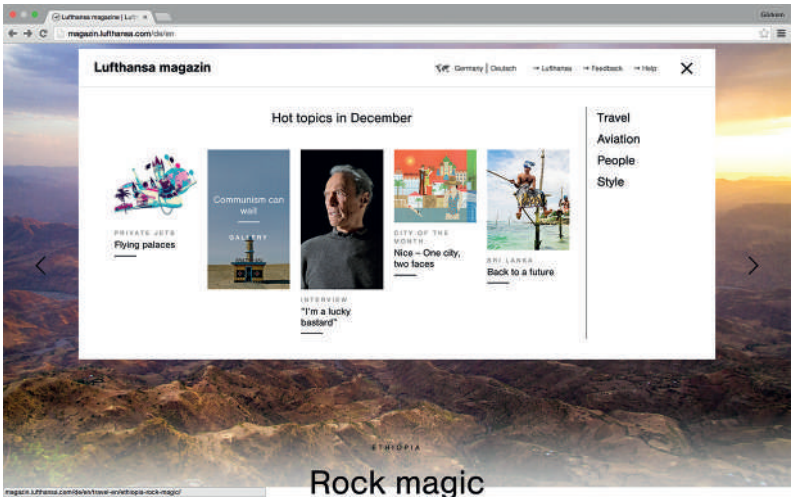
Resim 4.43. *Lufthansa Magazin* (Aralık 2015) basılı versiyonuna ait sayfa görüntüsü

Lufthansa Magazin web dergisinin ana sayfasında tüm ekranı kaplayan ve içeriğinde 3 görsel bulunan bir görüntü göstericisi (slider) bulunmaktadır. Bu görseller içerikte bulunan konulara ait fotoğraflar ya da resimlemeler olabilmektedir. Görüntü göstericisinin hemen üzerinde beyaz dikdörtgen bir zeminde *Lufthansa Magazin* logosu, İngilizce/Alman ca çeviri butonu, Lufthansa Hava Yolları'nın bilet satış web sayfasına bağlantı butonu, Lufthansa hakkında görüşlerin bildirilebileceği *feedback* isimli geri bildirim butonu ve *help* isimli yardım butonu yer almaktadır. Bunun hemen yanında yer alan alt alta üç çizgi ile ifade edilmiş buton ise derginin içeriklerini göstermektedir.



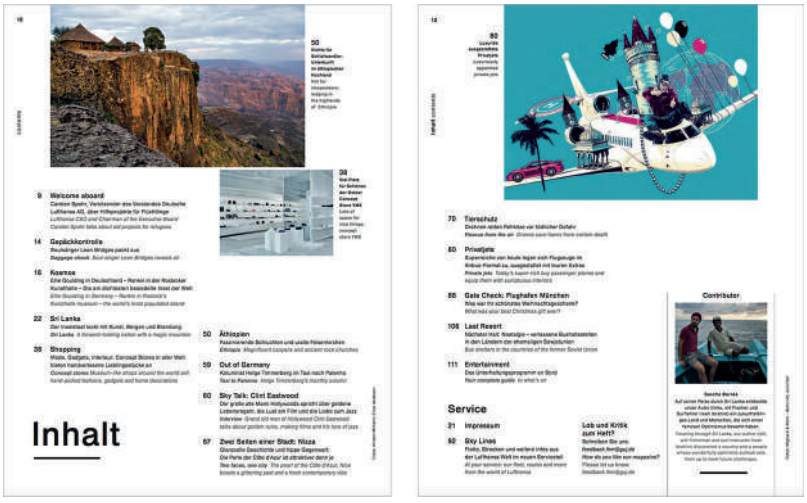
Resim 4.44. *Lufthansa Magazin* web dergisi logosu ve butonları

Derginin içindekiler butonuna tıkladığımızda karşımıza *Travel* (Seyahat), *Aviation* (Havacılık), *People* (İnsanlar) ve *Style* (Moda) kategorilerine ayrılmış butonlar ve butonların sol tarafında ise derginin yayınlandığı ayın en belirgin konu başlıklarından oluşan bir içerik seçkisi yer almaktadır (Bkz. Resim 4.45). Bu kategoriler içerisinde derginin eski sayılarına ait metinleri de okumak mümkündür. Kategorize edilmiş butonlar sayesinde okur dilediği içeriklere kolayca ulaşabilmekte ya da ayın seçilmiş konularına hızlıca göz gezdirebilmektedir.



Resim 4.45. *Lufthansa Magazin* web dergisine ait içindekiler sayfası

Derginin basılı versiyonunda yer alan içindekiler sayfası toplam iki sayfadan oluşmakta ve *Service* isimli bölüm dışındaki metinler kategorilere ayrılmamaktadır. Konu başlıkları siyah renkte, tırnaksız bir yazı karakteri ile yazılmış ve sola hizalanmıştır. Başlıkların altında ise konuyla ilgili İngilizce ve Almanca çeviriler bulunmaktadır. Metnin bulunduğu sayfa numaraları bu başlıkların sol tarafındadır. Sayfa içerisinde bazı içeriklerin görsellerine de yer verilmiştir. Görsellerin yanında, ait olduğu konunun açıklaması daha küçük puntolarla yazılmış ve sayfa numarası metnin solunda değil üst kısmında konumlandırılmıştır (Bkz. Resim 4.46).



Resim 4.46. *Lufthansa Magazin* (Aralık 2015) basılı versiyonuna ait içindekiler sayfası

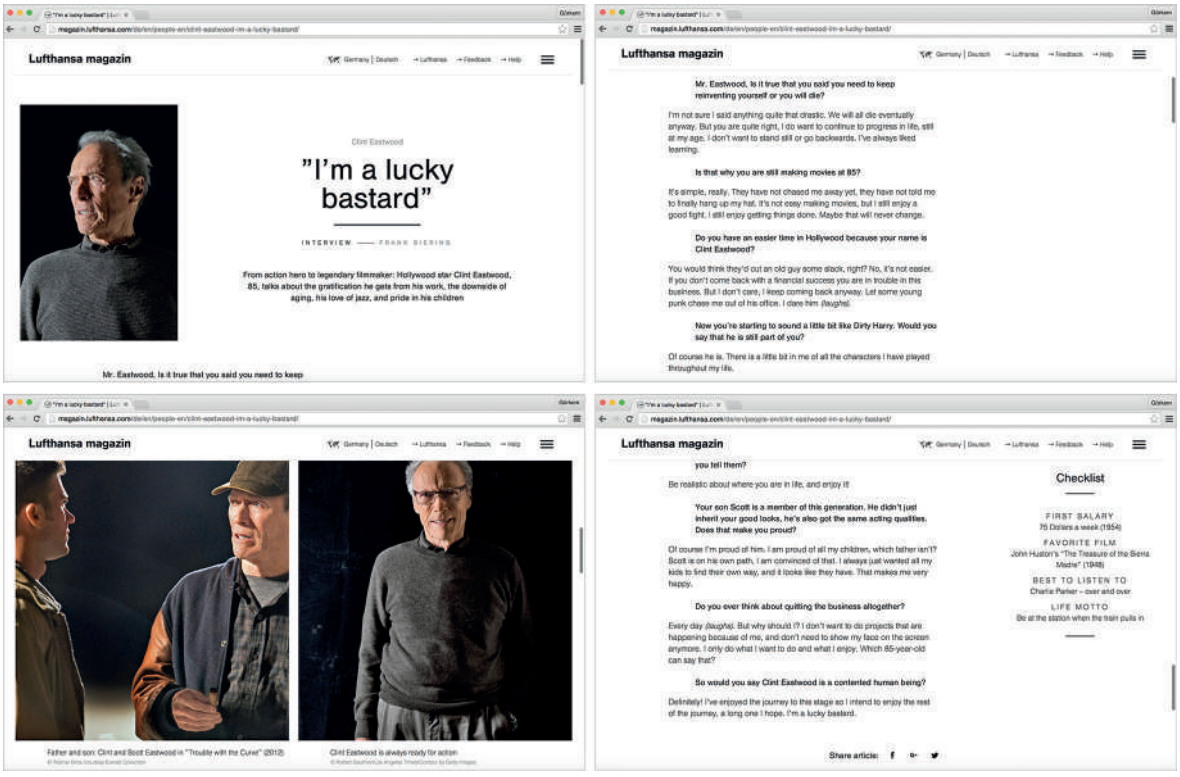
Lufthansa Magazin Aralık 2015 sayısının basılı versiyonunda yer alan Clint Eastwood ile yapılmış röportaj sayfaları resim 4.47'de yer almaktadır. Röportaj toplam dört sayfa biçiminde tasarlanarak okura aktarılmıştır. Almanca metinler sayfanın solunda, İngilizce çeviriler ise sayfanın sağında olacak şekilde düzenlenmiştir. (İngilizce metinlerin başına

okuru bilgilendirme amacıyla EN kısaltması konulmuştur.) Metin içerisinde vurgulanmak istenen alıntılar daha büyük puntolarla yazılıp sayfanın ortasında konumlandırılarak Almanca ve İngilizce çeviri sütunlarını ayırmaktadır.



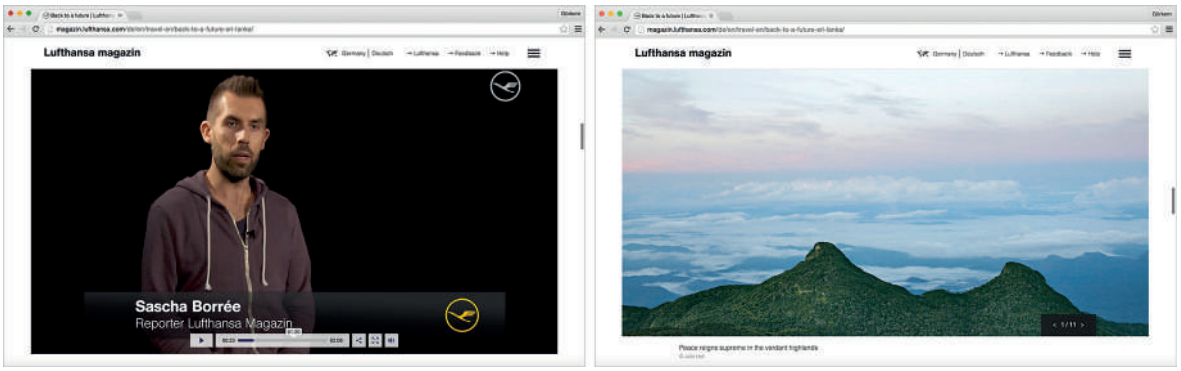
Resim 4.47. *Lufthansa Magazin* (Aralık 2015) basılı versiyonuna ait röportaj sayfaları

Resim 4.48'de ise aynı röportajın web versiyonunda yer alan görüntüleri yer almaktadır. Sayfada bulunan metinler ve fotoğraflar web sayfasında yer alan kaydırma imleci (scroll) sayesinde kesintiye uğramadan görüntülenebilmekte, bu sayede okur ilgisini dağıtmadan metnin tümünü okuyabilmektedir. Metnin sonunda yer alan *Facebook*, *Google Plus* ve *Twitter* ikonları ise sayfanın başkalarıyla paylaşılmasına olanak vermektedir.



Resim 4.48. *Lufthansa Magazin* web dergisine ait röportaj sayfası

Derginin web versiyonunda bulunan bir diğer etkileşim özelliği ise bazı metin içeriklerinin fotoğraf galerileri ve videolar ile desteklenmesidir. Bu videolar tam ekran izlenebilmekte ve başkalarıyla paylaşılabilmektedir (Bkz. Resim 4.49).



Resim 4.49. *Lufthansa Magazin* web dergisine ait video barındıran sayfa (solda) ve fotoğraf galerisi (sağda) görüntüsü

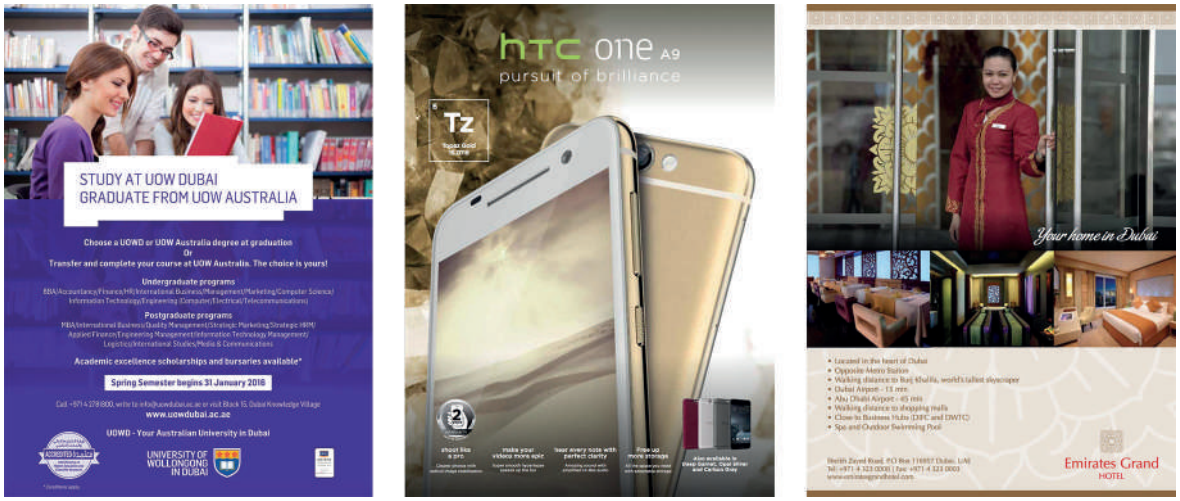
4.3 Open Skies

Open Skies, Birleşik Arap Emirlikleri'nin uluslararası hava yolu şirketi olan Emirates'in aylık olarak yayınladığı uçak içi dergisidir. Derginin basılı versiyonunun boyutu 260 x 195 mm'dir. Ortadoğu'nun en yüksek tirajlı ve ödüllü dergisi olan *Open Skies*'ın basılı versiyonu sadece İngilizce ve sadece Arapça olmak üzere ayrı ayrı yayınlanmaktadır.[1] (Bkz. Resim 4.50). "*Open Skies*'ın İngilizce ve Arapça versiyonu ayda 4,1 milyon yolcuyla buluşmaktadır" (Open Skies Mediakit, 2016). Bu sebeple dergi, reklam verenler açısından da oldukça önem taşımaktadır. İçerikte yer alan reklam görsellerinden bazılarını resim 4.51'de görebiliriz.



Resim 4.50. *Open Skies* (Nisan 2013) İngilizce (solda) ve Arapça (sağda) versiyonlarına ait kapak tasarımları

[1] Bu tez kapsamında derginin İngilizce versiyonu incelenecektir.



Resim 4.51. *Open Skies* dergisinde yer alan reklam örnekleri

Dergi tasarımının 2015 yılı ile birlikte değişime uğradığı gözlemlenmektedir. Eski sayılarda logo tasarımı dergi kapağı üzerinde sol üst köşede ve kenarları oval, beyaz kare bir zemin içerisinde konumlandırılırken; Ocak 2015 sayısı ile birlikte logo, zeminsiz bir biçimde kapağın üst kısmında ve ortalanarak kullanılmaya başlanmıştır (Bkz. Resim 4.52).



Resim 4.52. (Sırasıyla) *Open Skies* basılı versiyonuna ait Temmuz 2014, Ağustos 2014 ve Ocak 2015 kapak tasarımları

Logonun kullanım şekliyle beraber tasarımı da yenilenmiştir. *Open Skies* logosu tırnaksız, sıkışık (condensed), ince bir yazı karakteri ile küçük harflerle yazılmakta ve hemen altında büyük harflerle *Hello Tomorrow* sloganı yer almaktadır (Bkz. Resim 4.53).



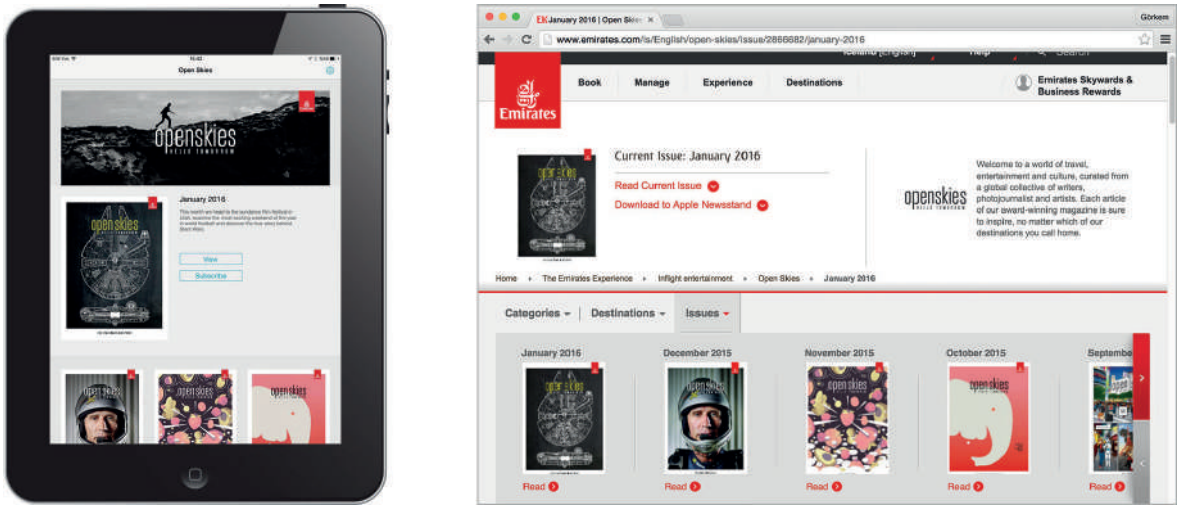
Resim 4.53. *Open Skies* dergisinin logosu

Derginin kapak görselleri beyaz bir çerçeve içerisinde kullanılmaktadır. Emirates Hava Yolları'nın kurumsal logosu ise dikey kırmızı bir dikdörtgen içerisinde hem beyaz çerçevenin hem de görselin üzerine gelecek biçimde kapağın sağ üst köşesinde konumlandırılmaktadır. Kapak görselleri, fotoğraf veya resimleme olarak sayıdan sayıya farklılık göstermektedir (Bkz. Resim 4.54).



Resim 4.54. (Sırasıyla) *Open Skies* basılı versiyonuna ait Ekim 2015, Şubat 2015 ve Temmuz 2015 kapak tasarımları

Open Skies'ın basılı versiyonunun yanı sıra internet üzerinden erişilebilen elektronik biçimi de bulunmaktadır. Derginin basılı İngilizce versiyonunun PDF biçimindeki sayısal versiyonuna *www.emirates.com* web adresinde bulunan *Open Skies* butonundan, mobil uygulama versiyonuna ise mobil cihazlar aracılığıyla uygulama mağazalarından ücretsiz olarak ulaşılabilmektedir (Bkz. Resim 4.55). Dergi aynı zamanda *www.openskiesmagazine.com* isimli bir web sayfasına sahiptir fakat günümüzde sayfanın uzun süredir güncellenmemiş olduğunu gözlemlemekteyiz.



Resim 4.55. *Open Skies* mobil uygulaması kütüphanesine (solda) ve *emirates.com* web adresinde bulunan *Open Skies* PDF arşivine (sağda) ait ekran görüntüleri

Derginin mobil uygulama versiyonunun kapak tasarımı hareketli ve sesli görüntülerle açılıp sonrasında basılı versiyonundaki kapak tasarımına dönüşüm göstermektedir (Bkz. Resim 4.56).



Resim 4.56. *Open Skies* (Ocak 2016) mobil uygulamasının hareketli kapak görüntüsüne ait ekran alıntıları

Open Skies dergisinin içeriği *Front* (Ön), *Main* (Ana) ve *Briefing* (Bilgilendirme) başlıkları altında 3 ana bölümle sınıflandırılmış ve her bölüm de kendi içinde alt başlıklara ayrılmıştır. Dergi içerisinde ana bölüm başlıklarını gösteren ayırıcı sayfalar bulunmaktadır. Bu sayfa tasarımlarında; ana bölüm başlıkları siyah renkte, tırnaksız ve büyük harflerle sayfanın sağ alt köşesinde yazmaktadır. Bu başlıkların sol tarafında ise bölüm alt başlıklarından bazıları sayfa numaralarıyla birlikte yer almakta, üzerinde de bölümü temsilen bir fotoğraf bulunmaktadır (Bkz. Resim 4.57). Derginin mobil uygulama versiyonunda da sayfa tasarımı aynı şekildedir; fakat bu versiyonda basılı versiyonunda yer alan sayfa numaralarının yerine alt bölüm başlıklarına doğrudan erişim sağlayan butonlar eklenmiş ve okurun sayfalara kolay ulaşmasına imkan sunulmuştur.



Resim 4.57. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonuna ait *Front*, *Main* ve *Briefing* ayırıcı sayfaları

Derginin mobil uygulamasında yer alan tüm ikonların, imleçlerin ve buton simgelerinin anlamlarını çizelge 4.3'te görebiliriz.

Çizelge 4.3. *Open Skies* mobil uygulamasında yer alan ikonlar, imleçler ve buton simgelerinin anlamları

FRONT	Front bölümünün giriş sayfasına geri dönüş butonu
MAIN	Main bölümünün giriş sayfasına geri dönüş butonu
BRIEFING	Briefing bölümünün giriş sayfasına geri dönüş butonu
▶	Konunun devam ettiğini belirten ikon

	Konunun bitimi olduğunu belirten ikon
	Konuya doğrudan erişim butonu
	Metni yukarı aşağı kaydırma imleci
	Konunun tamamının aşağı kaydırılarak görüntüleceğini belirten imleç

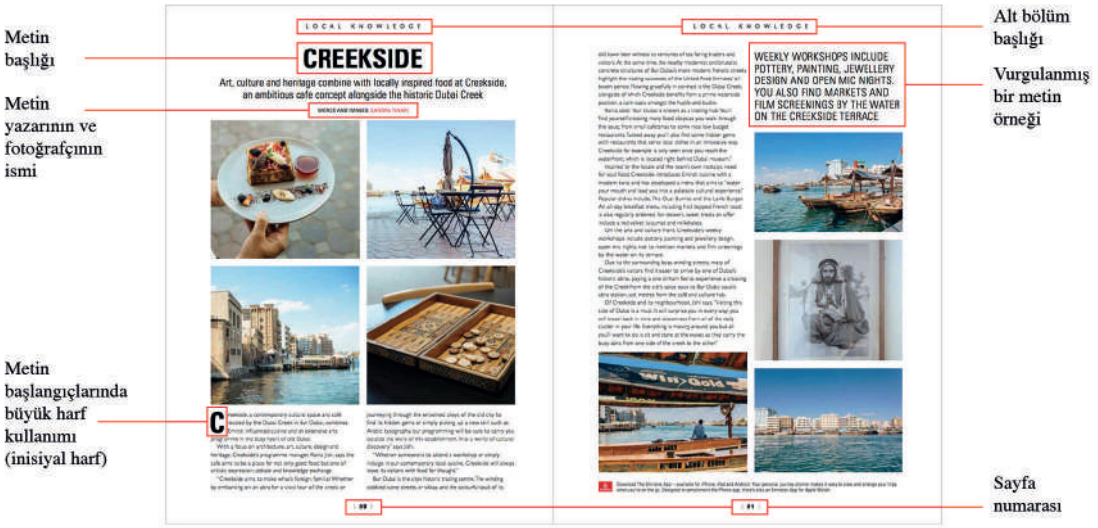
Open Skies'ın içindekiler sayfası derginin sadece basılı versiyonunda mevcuttur. Bu sayfa tasarımında derginin ana bölümlerini oluşturan *Front* (Ön), *Main* (Ana) ve *Briefing* (Bilgilendirme) başlıkları siyah çerçeveli bir dikdörtgen içerisinde sayfaya ortalanarak konumlandırılmıştır. Her ana başlığın altında büyük puntolarla sayfa numaraları yazılmış ve numaraların altına çekilen siyah bir çizgiden sonra ise küçük puntolarla sayfa içeriği yazılmıştır. Sayfa, tamamen tipografik ögelerden oluşmakta ve hiç görsel bulundurmamaktadır (Bkz. Resim 4.58).



Resim 4.58. *Open Skies* (Ekim 2015) basılı versiyonuna ait içindekiler sayfası

Derginin basılı ve mobil uygulama versiyonunun tasarımının genelinde metinler sola hizalanmış, satır sonuna sığmayan heceler için tireleme yapılmamış ve yeni başlayan paragraflar için satır başı boşluğu bırakılmıştır. Metin içerisinde vurgulanmak istenen cümleler ise kimi zaman daha koyu, kimi zaman da daha büyük puntolarla yazılarak okura aktarılmış, bazı metin başlangıçlarında da büyük harf kullanımı (inisiyal harf) gibi tipografik denemelere yer verilmiştir. Dergi tasarımında alt bölüm ve metin başlıkları sayfaya ortalanarak yazılmıştır. *Open Skies*'ın basılı versiyonunda sayfa numaraları tırnaksız, koyu bir yazı karakteriyle sayfanın alt kısmında ortalanmış bir şekilde konumlandırılmaktayken

mobil uygulama versiyonunda sayfa numaraları bulunmamaktadır (Bkz. Resim 4.59). Çünkü uygulamanın sol üst köşesinde yer alan butonun yardımıyla, bölüm başlıklarını gösteren listeye ulaşmak ve sayfalara kolayca geçiş yapmak mümkün olmaktadır.



Resim 4.59. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonuna ait sayfa görüntüsü

Derginin ana bölümü olan *Front*'un alt başlıkları, içerikleri ve sayfa tasarımları şu şekildedir:

Experience: Bu bölümde derginin yayınlandığı ay içerisinde gerçekleşen etkinlik haberlerine yer verilmektedir. Seçilen etkinliğin isim, tarih (büyük harflerle, siyah ve tırnaksız bir yazı karakteriyle) ve yer bilgisi (büyük harflerle, kırmızı ve tırnaksız bir yazı karakteriyle) metnin başlığı biçiminde okura aktarılmaktadır. Sayfanın en altında, normal metnin puntosundan daha küçük bir şekilde ise Emirates Hava Yolları'nın etkinliğin gerçekleştiği ülkeye yaptığı uçuşlarla ilgili bilgiler verilmektedir. Örneğin resim 4.60'da Avusturya'da 11-15 Ocak tarihleri arasında gerçekleşen *Altitude Festival* isimli festivalden bahsedilmiş ve sayfanın en altında küçük puntolarla "Emirates Hava Yolları'nın 2004 yılında Viyana'ya günlük uçuşlarının başladığı" bilgisi verilmiştir. (Dergi içerisinde zaman zaman rastlayabileceğimiz bu gibi bilgilendirmelerin başında daima Emirates'in kurumsal logosu bulunmaktadır.)



Resim 4.60. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonu (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) *experience* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri

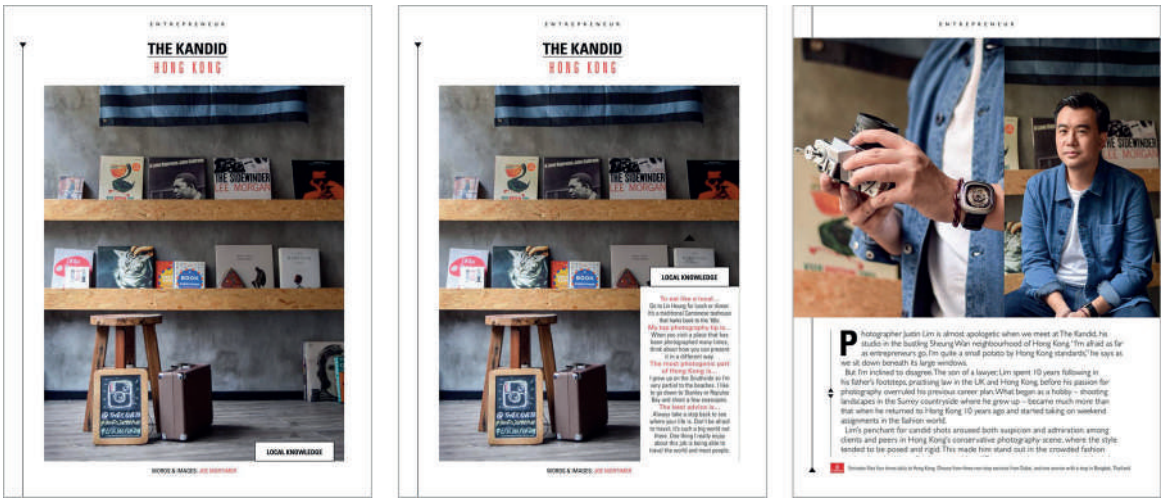
Experience alt bölüm başlığının basılı ve mobil uygulama versiyonundaki sayfa tasarımında azda olsa farklılıklar bulunmaktadır. Derginin basılı versiyonunda başlıklar beyaz bir zemin içerisinde ve etkinlik görselinin üzerinde konumlandırılırken uygulama versiyonunda bu başlık tamamen sayfanın üst beyaz boşluğunda ortalanmış bir biçimde yer almaktadır. Bunun yanı sıra, derginin basılı versiyonunda metinler aynı sayfa içerisinde üç sütun biçiminde okura verilmişken uygulama versiyonunda elektronik yayıncılık özelliklerinden faydalanılarak okurun metnin tamamını parmak hareketleriyle aşağı yukarı kaydırarak okuyabilmesi sağlanmıştır. Aynı zamanda okur, etkinliğe ait web sayfasına metin sonunda yer alan bağlantı linkiyle hızlı bir şekilde erişebilmektedir.

Flashback: Bu bölümün isminin Türkçe karşılığı *geriye dönüş* anlamına gelmektedir. İsminden de anlaşılacağı gibi bölüm içerisinde eski olaylara yer verilmektedir. Metin başlığı sola hizalı koyu ve tırnaksız bir yazı karakteriyle yazılmıştır. Vurgulanmak istenen metin ise okurun ilgisini çekmek üzere sarı bir kutu içerisinde konumlandırılmıştır. Derginin uygulama versiyonunda metin, parmak ile aşağı yukarı kaydırılarak okunabilme özelliğine sahip olduğundan daha az yer kaplamakta böylelikle bölüm fotoğrafı sayfa içerisinde daha geniş alana sahip olabilmektedir (Bkz. Resim 4.61).



Resim 4.61. *Open Skies* (Aralık 2015) basılı versiyonu (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) *flashback* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri

Entrepreneur: Bu bölümde her ay çeşitli meslek alanlarında başarılı olan bir girişimciye yer verilmektedir. Derginin her iki versiyonunda da bu bölüm etkili bir fotoğraf ile okuru karşılamaktadır. Fakat metin içerisinde bulunan *Local Knowledge* başlığı bölümün mobil uygulama versiyonunda buton biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Bu buton, yukarı doğru hareket eden üç adet siyah ok simgesiyle okurun ilgisini çekmektedir. Resim 4.62'deki birinci ve ikinci görsellerde sırasıyla butonun kapalı ve açık hali gösterilmiştir.



Resim 4.62. *Open Skies* (Ocak 2016) mobil uygulama versiyonunun *entrepreneur* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri

Derginin basılı versiyonunda metinler okura üç sütun biçiminde aktarılmış ve metnin kapladığı alan sebebiyle sayfa içerisindeki fotoğraflar derginin uygulama versiyonuna kıyasla daha küçük kullanılmıştır (Bkz. Resim 4.63).



Resim 4.63. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonunun *entrepreneur* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri

Lunch with: Bu bölümde yazar söyleşi yaptığı kişiyle bir mekanda öğle yemeği yemektedir. Söyleşi metninin içerisinde kişinin yanı sıra, mekana ve yenilen yemeklerin fiyatlarına dair bilgilere de fotoğraflarıyla birlikte yer verilmektedir (Bkz. Resim 4.64). Derginin mobil uygulama versiyonunda ise kullanılan tüm fotoğraflar bölümün ilk sayfasında görüntü göstericisi (slayt) biçiminde okurun karşısına çıkmakta ve metnin tümü parmak ile aşağı kaydırılarak kesintisiz bir biçimde okunmaktadır.



Resim 4.64. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonunun *lunch with* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri

Stay: Bu bölümde okura farklı ülke ve şehirlerde bulunan turistik konaklama yerleri ile ilgili bilgilendirme yapılmaktadır. Bu yerler fotoğraflarla birlikte *room* (oda), *classic* (geleneksel) ve *contemporary* (modern) başlıkları altında üç farklı alternatif ile sınıflandırılıp okura aktarılmıştır. Derginin basılı versiyonunda metinler okura üç sütun biçiminde, mobil uygulama versiyonunda ise diğer metinlerde olduğu gibi tek sütun biçiminde parmakla kaydırılarak okunacak şekilde verilmiştir. Okur aynı zamanda derginin sol üst köşesinde

bulunan *Front* butonuyla ana bölüme kolayca geri dönüş yapabilme şansına sahiptir (Bkz. Resim 4.65).



Resim 4.65. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonu (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (sağda) *stay* (room) alt bölümüne ait sayfa görüntüleri

Neighbourhood: Bu bölümün ilk sayfasında her ay bir ülkeye ait şehir seçilerek o şehir hakkında kısa bir bilgiye yer verilmekte, ilerleyen sayfalarda ise şehir içerisinde yer alan bazı küçük dükkan, restoran, sinema gibi işletmelerin tanıtımı yapılarak, adres, telefon ve web sayfası bilgileri okura aktarılmaktadır. Derginin basılı versiyonunda tek bir sayfa içerisinde bir mekan iki fotoğraf ile tanıtılmaktayken, mobil uygulama versiyonunda her mekan için tek bir sayfa ayrılmakta ve fotoğraflar slayt biçiminde aynı sayfa içerisinde görüntülenmektedir. Bu bölümün metinleri basılı dergide ortalanmış bir biçimde yer alırken, uygulama versiyonunda sola hizalı olarak tasarlanmıştır (Bkz. Resim 4.66 ve Resim 4.67).

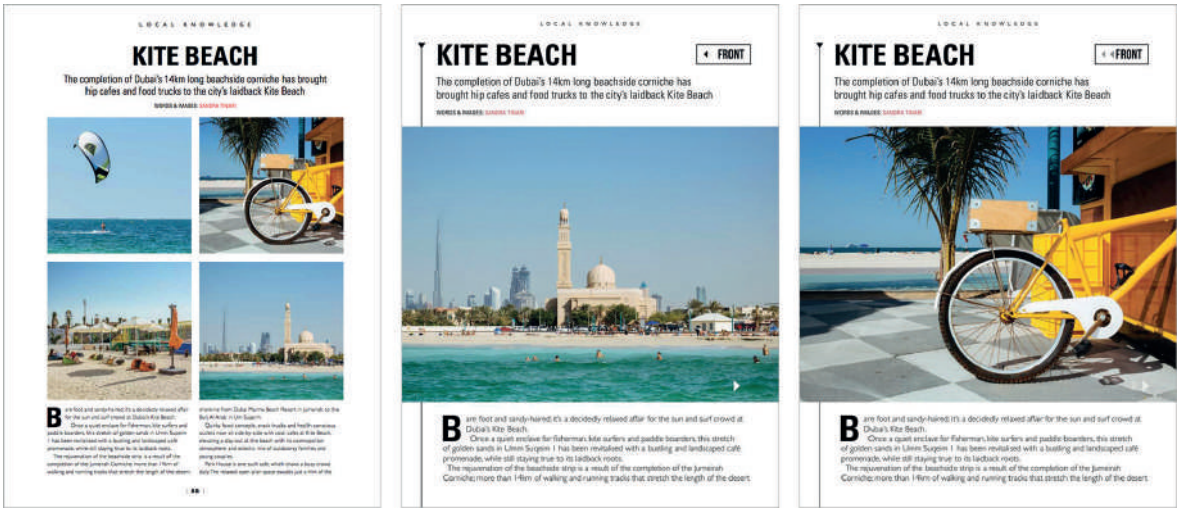


Resim 4.66. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonunun *neighbourhood* alt bölümüne ait sayfa görüntüsü



Resim 4.67. *Open Skies* (Ocak 2016) mobil uygulama versiyonunun *neighbourhood* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri

Local Knowledge: Front ana bölümünün son alt bölümüdür ve sadece Dubai'deki mekanlar hakkında bilgilendirme yapılmaktadır. Basılı dergide yer alan tüm fotoğraflar, derginin mobil uygulama versiyonunda slayt biçiminde aynı sayfa içerisinde görüntülenmektedir. Bu bölümde de okur, derginin sağ üst köşesinde bulunan *Front* butonuyla ana bölüme kolayca geri dönüş yapabilme şansına sahiptir. Basılı dergide başlıklar sayfaya ortalanmış bir biçimde yer almaktayken, uygulama biçiminde başlıklar sayfanın soluna hizalanmıştır ve okur, metnin tümünü parmak ile aşağı kaydırılarak kesintisiz bir biçimde okuyabilmektedir (Bkz. Resim 4.68).



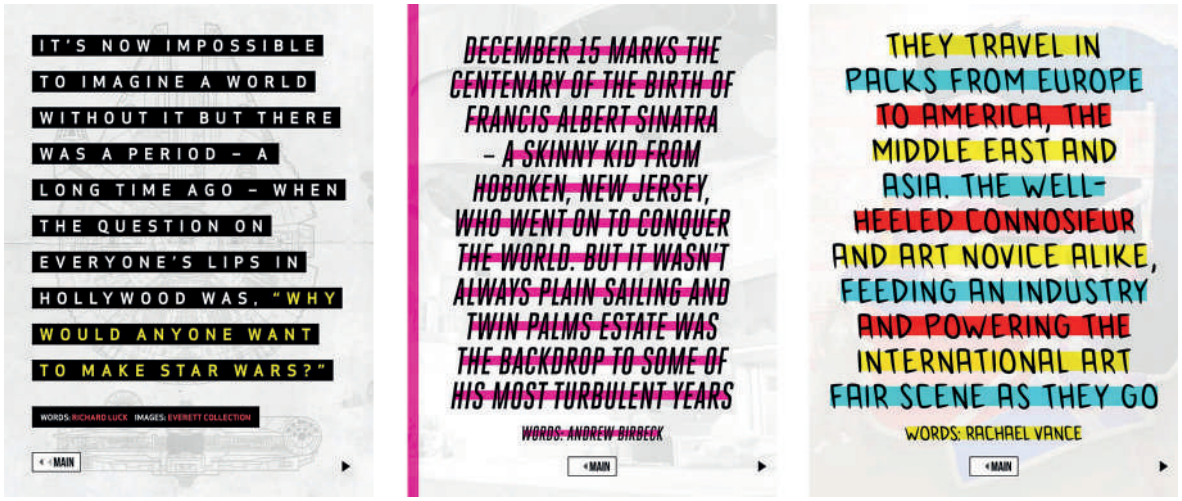
Resim 4.68. *Open Skies* (Ocak 2016) basılı versiyonu (solda) ve mobil uygulama versiyonunun (ortada ve sağda) *local knowledge* alt bölümüne ait sayfa görüntüleri

Derginin diğer ana bölümü olan *Main*'in mobil uygulama versiyondaki ilk sayfası, içeriğindeki konuya ait sesli ve hareketli bir görüntü ile açılarak okuru karşılamaktadır. Örneğin *Open Skies* Ocak 2016 sayısının *Main* bölümünde konu olarak *Star Wars* filmi ele alınmıştır. Bu sebeple bölüm, *Star Wars*'a özgü hareketli görüntü ve sesler eşliğinde başlamaktadır (Bkz. Resim 4.69).



Resim 4.69. *Open Skies* (Ocak 2016) mobil uygulama versiyonunun *Main* ana bölümüne ait hareketli görüntüsünden ekran alıntıları

Bu bölümde; videolara, vektörel resimlemelere, tipografik sayfalara (Bkz. Resim 4.70) ve tam sayfa fotoğraflara da yer verilmektedir.



Resim 4.70. (Sırasıyla) *Open Skies* Ocak 2016, Aralık 2015 ve Ekim 2015 sayılarının mobil uygulamasının *Main* ana bölümüne ait tipografik sayfalarından örnekler

Derginin son ana bölümü olan *Briefing*'te; Emirates'in uçuş yaptığı rota bilgilendirmeleri ve haritaları, Emirates'in sahip olduğu uçak modelleri, rahat bir uçuş geçirmek için uygulanması gereken seyahat tüyoları, gümrük bildirim formu, Dubai Havaalanında yer alan UAE Smart Gate (Birleşik Arap Emirlikleri Akıllı Kapı Girişi)'in nasıl ve kimler tarafından kullanılacağı gibi bilgilere yer verilmekte ve her ay farklı bir şehrin kısa tanımı *Destination* (gidilecek yer) başlığı altında yapılmaktadır. Bu tanıtım vektörel resimlemelerle desteklenmektedir (Bkz. Resim 4.71). Bu bölümün mobil uygulama versiyonunda herhangi bir etkileşim özelliği kullanılmamıştır.



Resim 4.71. (Sırasıyla) *Open Skies* Ocak 2016, Aralık 2015 ve Ekim 2015 sayıları basılı versiyonunun *destination* başlığına ait sayfa görüntüleri

5. PEGASUS HAVA YOLLARI İÇİN E-DERGİ TASARIM ÖNERİSİ (UYGULAMA)

Bu tez kapsamında, iOS işletim sistemli iPad tablet cihazlarda çalışmak üzere, *Pegasus Hava Yolları* için bir e-dergi mobil uygulaması tasarlanmıştır. Basılı dergisinin, değişiklik yapılmadan PDF formatında web sitesi üzerinden okura sunulması ve mevcut bir etkileşimli e-dergisinin bulunmaması sebebiyle, *Pegasus Hava Yolları* seçilmiştir. Uygulama biçimi olarak, tabletin tüm donanım özelliklerini kullanabilen ve e-derginin çevrim dışı olarak da okunabilmesine olanak veren *Yerel (Native) Uygulama* türü seçilmiştir.

Pegasus Magazine isimli e-dergi, iPad'in yatay ve dikey yönde kullanımına uygun bir şekilde tasarlanmıştır. Dergi içeriği oluşturulurken seyahat temalı çeşitli bloglardan ve web sitelerinden veriler toplanmıştır.

Uygulama, *Adobe* firmasının ürettiği çoklu sayfa tasarımına olanak veren *InDesign* isimli yazılım ve bununla birlikte çalışan *mag* + eklentisiyle (plug-in) oluşturulmuştur. Eklentiye ait bütün araçlara *www.magplus.com* adresinden erişilebilmektedir. Yazılım bilgisine sahip olmadan *mag* + yardımıyla yayınlara bağlantılar, videolar, sesler, slayt gösterileri, kaydırılabilir metin alanları, aniden beliren (pop-up) metin/görsel/video uygulamaları eklenebilmektedir.

5.1 Uygulamanın İncelenmesi

5.1.1 Logo, kapak ve tablet kullanma kılavuzu

Derginin mevcut logosunun eğimli yapısı ve harf aralıklarının az oluşu okunurluğu zorlaştırdığından, önerilen mobil uygulama versiyonu için logo değişimine gidilmiştir. Yeni logo tasarımında ve dergi içeriğindeki metinlerde *Gotham* yazı karakteri kullanılarak bütünlük sağlanmıştır. *Pegasus* kelimesi, majiskül ve et kalınlığı fazla olan *Gotham Bold*, *magazine* kelimesi ise miniskül ve et kalınlığı normal olan *Gotham Book* ile kurgulanmıştır (Bkz. Resim 5.1).

Pegasus, Yunan mitolojisi'nde kanatlı at anlamına gelmektedir. Bu sebeple Pegasus Hava Yolları'nın kurumsal logosunda, uçağın kuyruk kısmını temsil eden geometrik bir şekil içinde, şaha kalkmış kanatlı at görseli yer almaktadır (Bkz. Resim 5.2). Tasarlanan yeni logoda da bu atın mevcut kırmızı dış çizgileri siyah renk ile değiştirilip kullanılmaya devam edilmiştir.



Resim 5.1. *Pegasus Magazine*'in mevcut logosu (solda) ve mobil uygulaması için önerilen yeni logo tasarımı (sağda)

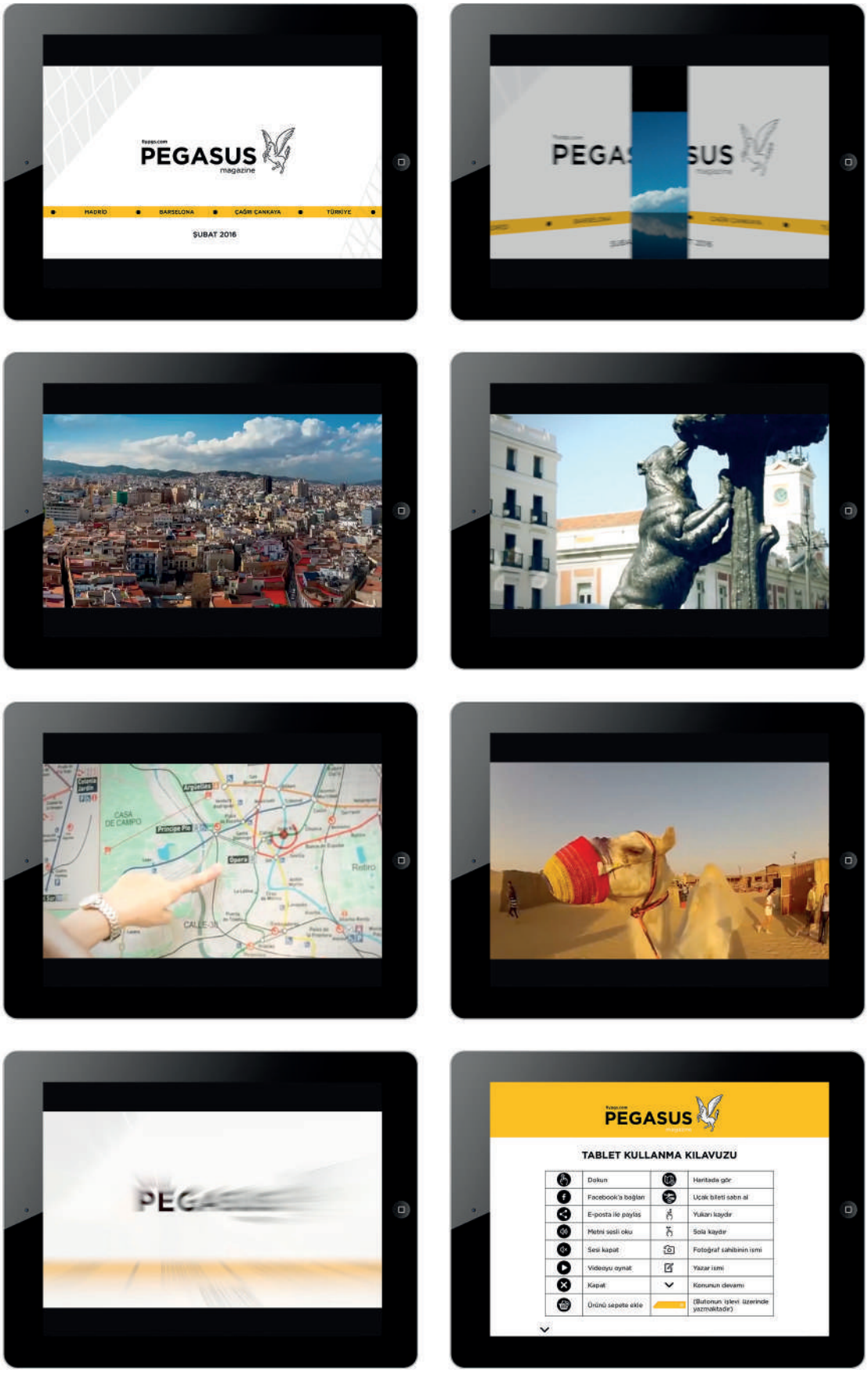


Resim 5.2. Pegasus Hava Yolları'nın kurumsal logosu

Derginin kapağı, içerikte yer alan konulardan oluşan 30 saniyelik bir video ile açılarak okuru karşılamaktadır. Video, Pegasus Hava Yolları'nın kurumsal reklam müziği ile birlikte kurgulanmış olup, hemen bitiminde ise okurun dergiyi nasıl kullanacağını anlatan bir bilgilendirme sayfası tasarlanmıştır (Bkz. Resim 5.3).

5.1.2 İçindekiler

Tablet Kullanma Kılavuzu'nun hemen sonrasında içindekiler sayfası yer almaktadır. Bu sayfa tasarımında, ana bölüm başlıkları *Gotham Bold* yazı karakteriyle vurgulanmış ve içeriğindeki başlıklar ise *Gotham Book* ile yazılmıştır. Okur, başlıkların yanında yer alan butonlara dokunarak istediği içeriğe hızlı bir şekilde erişebilmektedir (Bkz. Resim 5.4).



Resim 5.3. Kapakta yer alan video ve tablet kullanma kılavuzuna ait görüntüler



Resim 5.4. İçindekiler sayfasının yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

5.1.3 Buton tasarımı

Yönlendirme sistemlerinin en önemli ögelerinden olan butonlar için ortak bir tasarım dili oluşturulmuştur. Bütün butonlar siyah zemin üzerine beyaz simgelerle ve parmak yapısına uygun olması için dairesel formda tasarlanmıştır. Okurun, butonlarla en hızlı şekilde iletişime geçebilmesi için, butonların kolay ulaşılabilen ve belirli yerlerde konumlandırılmasına özen gösterilmiştir. Uygulama içerisindeki mevcut butonlar; dokun, Facebook'a bağlan, e-posta ile paylaş, metni sesli oku, sesi kapat, videoyu oynat, kapat, ürünü sepete ekle, uçak bileti satın al ve haritada gör komutlarını gerçekleştirmek üzere tasarlanmıştır. Diğer simgeler ise metnin ya da görselin sola/sağa kaydırılması gerektiğini, yazarın ismini ve konunun devam yönünü açıklar niteliktedir. Tüm butonlardan farklı formda ve turuncu-sarı (#ffc10e) renkte tasarlanan buton ise ayrıntılı bilgi almak, konunun devamını okumak ve Instagram'da takip etmek gibi değişik işlevlere sahip olabilmektedir (Bkz. Çizelge 5.1).

Çizelge 5.1. *Pegasus Magazin* tablet uygulamasında yer alan buton simgeleri ve anlamları

	Dokun		Haritada gör
	Facebook'a bağlan		Uçak bileti satın al
	E-posta ile paylaş		Yukarı kaydır
	Metni sesli oku		Sola kaydır
	Sesi kapat		Fotoğraf sahibinin ismi

	Videoyu oynat		Yazar ismi
	Kapat		Konunun devamı
	Ürünü sepete ekle		(Butonun işlevi üzerinde yazmaktadır)

5.1.4 Sayfa tasarımı ve etkileşim özellikleri

Okurun satırı kolay takip etmesine yardımcı olan tırnaklı yazı karakterleri, cihazların ekran çözünürlüğüne bağlı olarak yapısal bozukluklara uğrayabildiğinden, ekrana yönelik tasarımlarda çoğunlukla tırnaksız yazı karakterleri tercih edilmektedir. Bundan yola çıkarak *Pegasus Magazine*'in metin, başlık ve yönlendirme butonlarında *Gotham* isimli tırnaksız yazı karakteri tercih edilmiştir.

Gotham, 2000 yılında önemli yazı tasarım şirketlerinden Hoefler & Frere-Jones için *Tobias Frere-Jones* tarafından tasarlanmıştır (Garfield, 2012: 209). Geniş ve dairesel bir geometrik yapıya sahip olan bu yazı karakterinin x-yüksekliği (küçük harflerin yüksekliği) ve harf içi boşlukları fazla olduğundan metni kolay okutmaktadır (Bkz. Resim 5.5).



Resim 5.5. *Gotham* yazı karakterine ait görüntüler

Metnin ana başlıkları 19 punto ve hepsi büyük harf, alt başlıkları ise 14 punto ve sadece baş harfler büyük olacak biçimde *Gotham Bold* yazı karakteriyle yazılmıştır. Derginin ana metinleri 7 punto büyüklüğünde ve 10 punto satır aralığında, *Gotham Book* yazı karakteriyle yazılmıştır. Tek sütun biçiminde olan metinler tireleme yapılmadan ve sola hizalanarak kullanılmıştır. Sütun genişliğinden ve metnin sola blok oluşundan meydana gelen sağ kenardaki girintili çıkıntılı sözcükler ise görsel dengeyi bozmayacak şekilde dikkatlice düzenlenmiştir. Sayfa içerisinde vurgulanmak istenen kelime grupları/paragraflar için de yazı karakterinin kalın et kalınlığına sahip biçiminden yararlanılmıştır.

Metin başlangıçlarında büyük harf kullanımı (inisiyal harf) gibi tipografik denemelere yer verilmiştir. İlk satır sol girintisi 6 milimetre, gömme satır sayısı ise 4 olarak ayarlanan bu harfin kullanımıyla, okurun ilgisini çeken güçlü bir başlangıç noktası oluşturulmuştur.

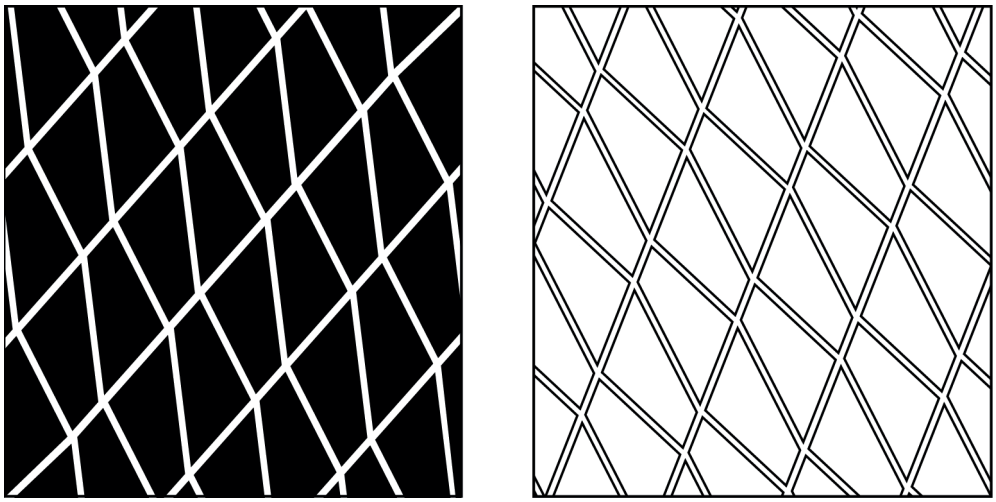
Uygulamanın geneline, beyaz (#ffffff), siyah (#000000), açık gri (#f5f5f5) ve Pegasus Hava Yolları'nın kurumsal logosunda kullanılan turuncu-sarı (#ffc10e) renkleri hakimdir. Bu renkler konu içeriğine bağlı olarak değişebilmektedir. Örneğin, Madrid'i konu alan bazı sayfaların arka planı kırmızı renkte eskitilmiş bir dokuya sahiptir. Boğa güreşlerinin Madrid'in vazgeçilmezleri arasında olması ve matadorların boğayı kızdırmak için kullandıkları kumaştan yola çıkılarak seçilen kırmızı renk, İspanya'nın başkenti olan Madrid'in zengin tarihi mirasına dikkat çekmek amacıyla seçilen eskitilmiş dokuyla birleştirilmiştir. Farklı arka plan rengine sahip bir diğer tasarım ise Barselona şehrine ait bazı sayfa tasarımlarıdır. Şehrin ünlü sahilleri dolayısıyla yoğun bir deniz turizmine sahip olması sebebiyle seçilen mavi renk, Barselona'nın ünlü mimari yapıtlarının yaratıcısı Antoni Gaudí'ye ait mozaik dokusuyla birleştirilerek kullanılmıştır. Okunurluğu arttırmak amacıyla, beyaz arka plana sahip sayfalarda metin ve başlıklar için siyah, renkli arka plana sahip sayfalarda ise beyaz renk tercih edilmiştir. Siyah rengin yoğun olduğu bazı sayfalarda ise #636363 kodlu gri renk tonu kullanılarak okurun kolayca metni ayrıştırması hedeflenmiştir (Bkz. Resim 5.6).



Resim 5.6. Madrid ve Barselona içeriklerine ait sayfa tasarımları

Pegasus Hava Yolları'nın mevcut kurumsal logosunda yer alan sadeleştirilmiş kuyruk vektöründen yola çıkılarak sayfa tasarımlarında kullanılmak üzere desenler oluşturulmuştur. Bu desenlerden içi dolu olan #f5f5f5 kodlu açık gri rengiyle, çizgisel olan ise #e5e5e5 kodlu daha koyu bir gri ile kullanılmıştır (Bkz. Resim 5.7). İçi dolu desen sayfanın sol üst

köşesinde, çizgisel desen ise sayfanın sağ alt köşesinde konumlandırılarak tasarımda denge sağlanmıştır.



Resim 5.7. Sayfa tasarımlarında kullanılan desen tasarımları

Derginin içeriğini, *Etkinlikler*, *Gezgin Dünyası*, *Gezginler Kulübü*, *Türkiye* ve *Eğlence* bölümleri oluşturmaktadır. Her bölümün kendine ait bir simgesi ve giriş sayfa tasarımı bulunmaktadır. Bu sayfadaki görseller siyah-beyaz renklerinde ve arka planından ayrılmış bir biçimde (dekupe edilmiş) kullanılmıştır. Sayfanın arka planının büyük bir kısmını Pegasus Hava Yolları'nın kurumsal logosunda bulunan uçağın kuyruğunu temsil eden turuncu-sarı (#ffc10e) renkteki geometrik şekil oluşturmaktadır. Bu şekil üzerine, *Gotham Black* yazı tipiyle yazılan bölüm başlıkları konumlandırılmıştır (Bkz. Resim 5.8).

Bölüm simgeleri sayfanın sol üst köşesinde ve beyaz renkte olup, yuvarlak turuncu-sarı bir dairenin içerisine yerleştirilmiştir. Bu kullanım iç sayfalarda da sürdürülerek sayfa tasarımında devamlılık sağlanmıştır. *Etkinlikler* başlığı için 'takvim', *Gezgin Dünyası* için 'dünya', *Gezginler Kulübü* için 'konum', *Türkiye için* 'ay yıldız' *ve Eğlence* bölümü için de 'klaket' simgeleri seçilmiştir (Bkz. Resim 5.8).



Resim 5.8. Bölümlere ait simgeler ve bölümlerin giriş sayfası tasarımlarının yatay ve dikey yöndeki görüntüleri

Etkinlikler: Bu bölümde *Tango Rüzgarı* başlığı altında İstanbul'da gerçekleşecek tango etkinliklerine yer verilmiştir. Fotoğraflar yatay ve dikey kadrajda seçilip, üst üste ve metnin sol tarafına yerleştirilmişlerdir. Okur dilerse fotoğrafın sağ üst köşesinde konumlandırılan *metni sesli oku* butonunu kullanabilmektedir. Bu özellik, aynı ortamda bulunan bir çok insanın metni dinleyebilmesi ve görme engelli okurların da dergi içeriğinden faydalanması düşünülerek eklenmiştir. Sayfanın sağ alt köşesinde bulunan butonla ise çevrim içi bilet satın alınabilmektedir (Bkz. Resim 5.9 ve Resim 5.10).



Resim 5.9. *Etkinlik* bölümüne ait (Piatango) içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri



Resim 5.10. *Etkinlik* bölümüne ait (TanGO To İstanbul) içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

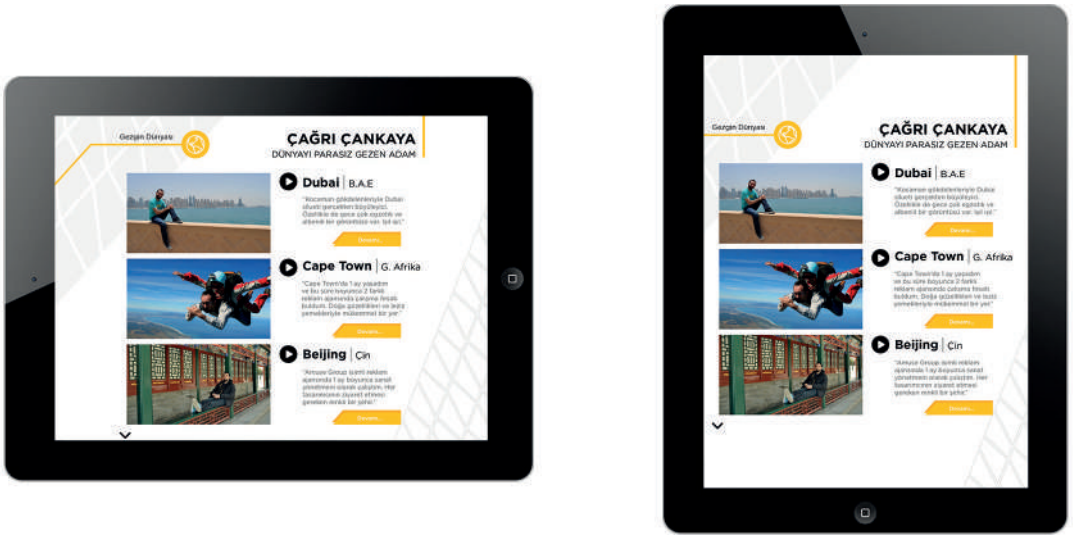
Gezgin Dünyası: Bu bölümde gezgin kişinin kendi kaleminden okura aktardığı bir metin yer almaktadır. Örnek olarak hazırlanan bu uygulamada *Designer On The Road* ismini verdiği projesiyle dünyayı parasız gezen Çağrı Çankaya'nın hikayesine yer verilmiştir. Bu bölüme ait

giriş sayfasında yer alan buton ile gezginin kişisel web sitesine ulaşmak mümkün olmaktadır. Okur, metnin tamamını parmağıyla yukarı doğru kaydırarak kolayca okuyabilmekte ya da dilerse *metni sesli oku* butonu ile dinleyebilmektedir. Bu butonun yanı sıra, Çağrı Çankaya'ya Facebook yoluyla ulaşmak isteyenler için *Facebook'a bağlan* butonu ve metni başkalarıyla paylaşmak için *e-posta yoluyla paylaş* butonu da eklenmiştir. Konuya ait ilk sayfada dikey kadraja sahip fotoğraflardan oluşan bir görüntü (slayt) göstericisi yer almaktadır. Otomatik olarak ilerleyen fotoğrafları, okur dilerse parmağıyla da hızlı bir biçimde ilerletebilmektedir (Bkz. Resim 5.11).



Resim 5.11. *Gezgin Dünyası* bölümüne ait içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

Konunun diğer sayfasında Çağrı Çankaya'nın seyahat ettiği Dubai (B. A. E), Cape Town (Güney Afrika) ve Beijing (Çin) şehirlerine ait videolara ve fotoğraflara yer verilmiştir. Fotoğraflar yatay bir kadrajda olup bunun hemen karşısında fotoğrafa ait şehrin videosu ve kısa bilgi metni yer almaktadır. Bu metin tırnak içerisinde ve #636363 kodlu gri renk ile yazılmıştır. Metnin hemen altındaki *Devamı* isimli butonla ise yazarın kişisel bloguna geçiş yapılarak şehrin tamamına ait metne ulaşmak mümkün olmaktadır. Videolar, aniden beliren (pop-up) biçimde olup, sayfanın ortasında açılmakta ve dergi içerisine gömülü olarak eklendiğinden çevrim dışı da izlenebilmektedir (Bkz. Resim 5.12).



Resim 5.12. *Gezgin Dünyası* bölümüne ait içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

Gezginler Kulübü: Örnek olarak hazırlanan bu bölüm için İspanya'nın Madrid ve Barselona şehirlerine yer verilmiştir. Bölüme ait giriş sayfasında, okur butonlara dokunarak dilediği şehrin içeriğine doğrudan ulaşabilmektedir. İki şehrin içeriğinde de metni sesli okumaya, uçak bileti satın almaya ve şehri haritada görmeye olanak veren butonlar yer almaktadır. Gezilmesi gereken yerler polaroid fotoğraf görseli şeklinde tasarlanmış olup, üzerine dokunulduğunda ilgili yere ait bilgiler pop-up biçiminde açılmaktadır (Bkz. Resim 5.13 ve Resim 5.14). Açılan bu görseller 13,7 x 8,4 cm büyüklüğündeki dikdörtgen formundadır ve arka zeminleri bilgiye ait bir fotoğrafla kaplanmıştır. Metinler ise saydamlığı düşürülmüş beyaz bir zemin üzerine 8 puntoda yazılarak, okunurluğun kolay yapılması sağlanmıştır. Görselin sağ üst köşesinde yer alan *kapat* butonuna basılarak bilgi kutucuğu kapatılabilmektedir (Bkz. Resim 5.15).



Resim 5.13. Madrid için tasarlanan gezilmesi gereken yerler içeriğinin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

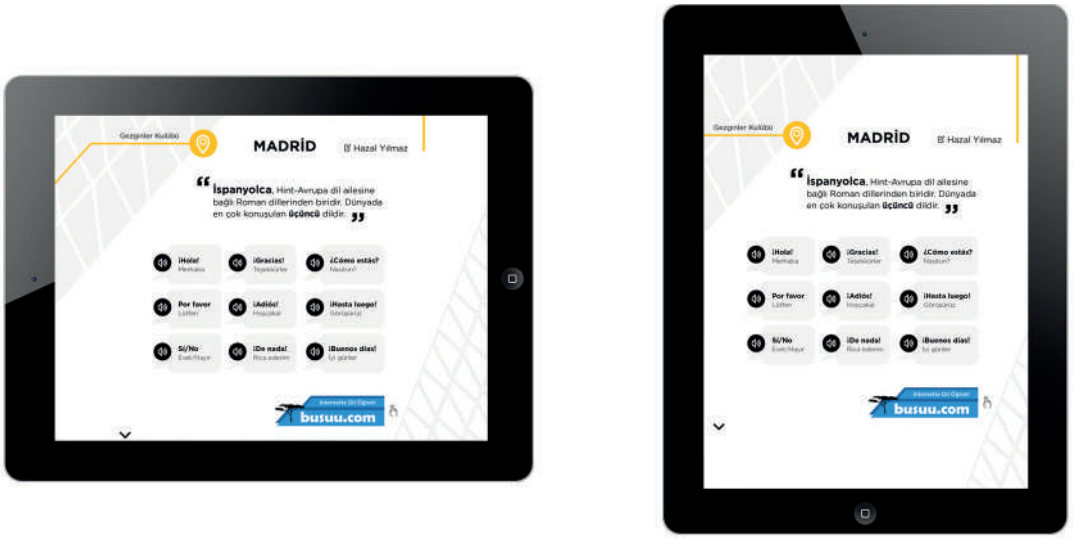


Resim 5.14. Barselona için tasarlanan gezilmesi gereken yerler içeriğinin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri



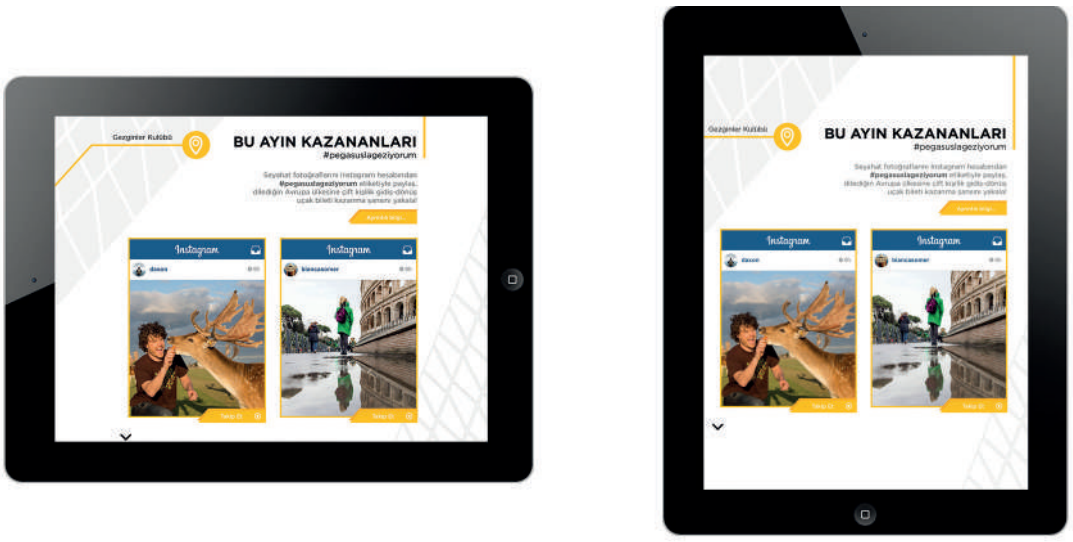
Resim 5.15. Madrid (solda) ve Barselona (sağda) için tasarlanan pop-up bilgi kutucukları

Madrid'e ait sayfa tasarımlarından birinde İspanya'nın ana dili olan İspanyolca'ya ait temel kelimeler Türkçe anlamlarıyla birlikte yer almaktadır. Okur, *metni sesli oku* butonlarına basarak dilediği kelimenin İspanyolca telaffuzunu da dinleyebilmektedir. Bu sayfada yer alan seslendirmeler ana dili İspanyolca olan bir kişi tarafından yapılmıştır. Sayfanın sağ alt köşesinde konuyla bağlantılı olarak *busuu* isimli çevrim içi dil öğrenme sitesinin reklamı bulunmaktadır. Okur, buton biçiminde olan bu reklama dokunarak *busuu.com*'a yönlendirilmektedir. Buton rengi *busuu*'nun kurumsal renklerinden yola çıkılarak mavi tonlarında tasarlanmıştır (Bkz. Resim 5.16).



Resim 5.16. İspanyolca kelime telaffuzlarının bulunduğu sayfanın yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

Bu bölümün son sayfasında *Bu Ayın Kazananları* başlığı altında Instagram fotoğraf yarışmasını kazanan iki Instagram kullancısının duyurusu yapılmıştır. Okur, yarışma ile ilgili detaylara *ayrıntılı bilgi* isimli butonla ulaşabilmekte ve fotoğrafların altında yer alan *takip et* butonuyla da kazananların Instagram hesaplarını takip edebilmektedir (Bkz. Resim 5.17).



Resim 5.17. Yarışma sonucu duyuru sayfasının yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

Türkiye: Bu bölümde Türkiye'de yer alan üç tarihi köprü hakkında metin ve fotoğraflara yer verilmiştir. Bölüme ait giriş sayfasının arka planında okura su sesi dinletilmektedir. Okur dilerse *sesi kapat* butonuna basarak bunu kapatabilmektedir. Fotoğraflar yatay bir kadrajdadır ve sol üst köşelerine 6 puntoyla köprülerin isimleri yazılmıştır. Okur, metnin tamamını parmağıyla yukarı doğru kaydırarak kolayca okuyabilmekte veya *metni sesli oku*

butonu ile dinleyebilmektedir. Sayfa içerisinde yer alan *e-posta yoluyla paylaş* butonu da metnin başkalarına gönderilmesine olanak vermektedir (Bkz. Resim 5.18).

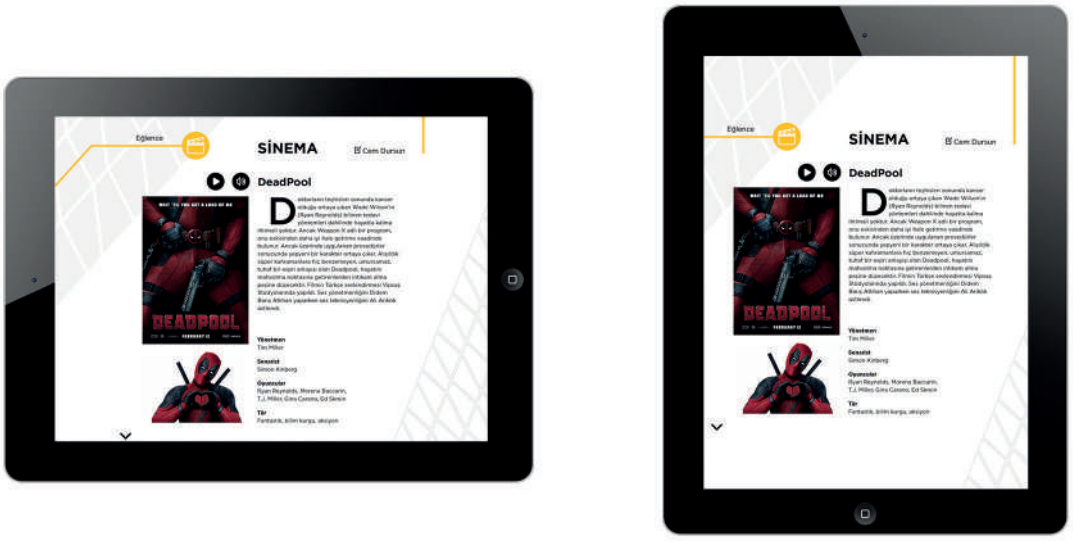


Resim 5.18. *Türkiye* bölümüne ait içeriğin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

Eğlence: Bu bölümde sinema, kitap, müzik ve oyun içeriklerine yer verilmiştir. Sinema başlıklı içerikte, filmin konusu, yönetmeni, senaristi, oyuncuları ve türü hakkında bilgi verilmektedir. Filmin afişi metnin sol tarafında dikey bir kadrajda yer almaktadır. Okur, *videoyu oynat* butonuna dokunarak filmin fragmanını görüntüleyebilmekte ve *metni sesli oku* butonuyla metni dinleyebilmektedir. Fragmanlar, dergi içerisine gömülü olarak eklendiğinden çevrim dışı da izlenebilmektedir (Bkz. Resim 5.19 ve Resim 5.20).

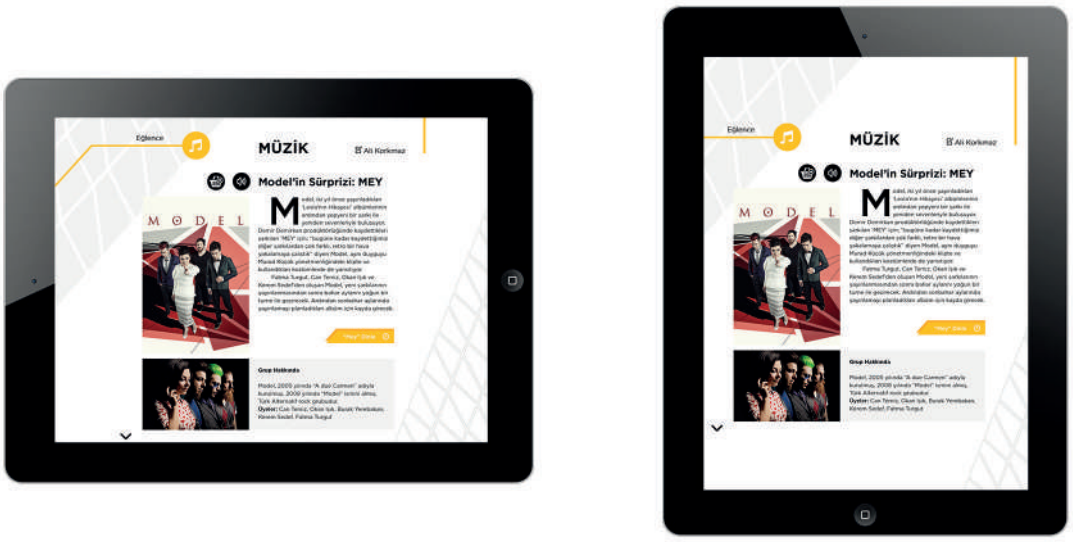


Resim 5.19. *Eğlence* bölümüne ait sinema içeriğinin (İftarlık Gazoz) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

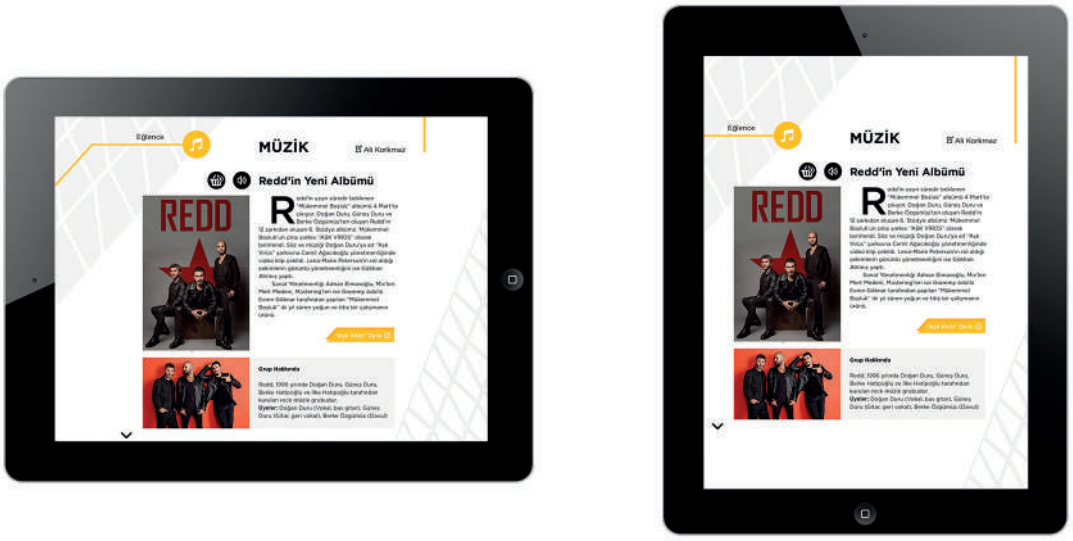


Resim 5.20. *Eğlence* bölümüne ait sinema içeriğinin (Deadpool) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

Müzik başlıklı içerikte, bahsedilen müzik grubu hakkında bir haber, grubun fotoğrafları ve mini biyografisi yer almaktadır. Okur, *ürünü sepete ekle* butonuna dokunarak grubun albümünü satın alabilmekte ve *metni sesli oku* butonuyla metni dinleyebilmektedir. Sayfanın ortasında yer alan sarı renkli butona dokunularak da gruba ait bir şarkı dinlenebilmektedir. Çalan şarkının ismi buton üzerinde yazmaktadır (Bkz. Resim 5.21 ve Resim 5.22).



Resim 5.21. *Eğlence* bölümüne ait müzik içeriğinin (Model) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri



Resim 5.22. *Eğlence* bölümüne ait müzik içeriğinin (Redd) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

Kitap başlıklı içerikte, kitabın konusu, yazarı, türü ve dili hakkında bilgiler, bunun hemen altında da yazarın fotoğrafı ve mini biyografisi yer almaktadır. Kitap kapağının görseli, metnin sol tarafında dikey bir kadrajdadır. Bu sayfa tasarımında *ürünü sepete ekle* butonu ile kitabı satın almak ve *metni sesli oku* butonuyla metni dinleyebilmek mümkündür (Bkz. Resim 5.23 ve Resim 5.24).



Resim 5.23. *Eğlence* bölümüne ait kitap içeriğinin (Kürk Mantolu Madonna) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri



Resim 5.24. *Eğlence* bölümüne ait kitap içeriğinin (Uçurtma Avcısı) yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

Eğlence bölümüne ait oyun içeriği için *Hangi Bayrak Hangi Ülkeye Ait?* isminde öğretici bir test hazırlanmıştır. Sayfa içerisinde 6 ülke bayrağı ve bunlara ait 4 seçenek bulunmaktadır. Okur seçeneklere dokunarak cevabının doğru veya yanlış olduğunu görebilmektedir. Bu uyarılar sayfanın ortasında pop-up biçiminde açılmaktadır (Bkz. Resim 5.25). Doğru cevap uyarısı yeşil, yanlış cevap uyarısı ise kırmızı renkte ve dikdörtgen biçimindedir. Soruya yanlış cevap verildiği takdirde, doğru cevabın ne olduğu açılan pop-up içerisinde gösterilmektedir (Bkz. Resim 5.26).



Resim 5.25. *Eğlence* bölümüne ait oyun içeriğinin yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri



Resim 5.26. Doğru ve yanlış cevaba ait uyarı görselleri

Derginin son sayfasında *Swatch* markasının reklamı yer almaktadır. Okur, sayfanın sol tarafında yer alan büyük saat görselinin arka mekanizmasını, parmağıyla sola kaydırarak görebilmektedir. Markanın logosu, sayfanın sağ üst köşesinde konumlandırılmıştır. Bunun hemen altında, saatin fiyatını ve renk çeşitlerini görmek, *ürünü sepete ekle* butonu ile de saati çevrim içi satın almak mümkün olmaktadır.



Resim 5.27. *Swatch* markasına ait reklamın yatay ve dikey yöndeki sayfa tasarım görüntüleri

SONUÇ VE ÖNERİLER

Mobil cihazların günlük yaşantımızın bir parçası haline gelmesi ve teknolojinin giderek ilerlemesiyle birlikte yayıncılık kavramı da değişim ve gelişim göstermeye başlamıştır. Gelişmelerle birlikte yayıncıların ve kurumların, yayınlarını yeni kullanım alışkanlıklarına uygun bir şekilde okura sunması gereklilik haline dönüşmüştür.

Elektronik dergiler; hareketli görüntü, video, ses gibi medya unsurları ile zenginleştirilebilen içerikleriyle, basılı dergilerin okura sunamayacağı birçok etkileşim özelliğine sahip olma avantajını taşımaktadır. Bu özellikler, okurun dergiye olan ilgi ve takibini devamlı kılmak açısından önemli fırsatlardır. Elektronik yayıncılığın sunduğu bu özelliklerden faydalanan kurumların başında hava yolu şirketleri gelmektedir.

Hava yolu dergileri, piyasada bulunan dergilere kıyasla her gün birçok insana ulaşabilme olanağına sahip olduğundan, kurum ve reklam verenler açısından oldukça önemli bir mecradır. Dergilerin hedef kitleye etkili bir şekilde ulaşabilmesi ve yolculuk içinde ve dışında dergiye olan merakın sürdürülebilmesi için içerik, tasarım ve etkileşim özelliklerinin en özenli şekilde oluşturulması gerekmektedir. Bu etkileşimler, dergiye eklenen videolar, müzikler, oyunlar, testler, çevrim içi alışveriş sayfaları, elektronik şikayet/öneri/üyelik formları biçiminde çeşitlendirilebilmekte; bunların yanı sıra, okur dilerse beğendiği içeriği e-posta ya da sosyal medya kanalları aracılığıyla başkalarıyla paylaşabilmektedir.

Hava yolu dergilerinin çeşitli elektronik biçimlerde tüketiciyle buluşması, hava yolu şirketlerinin yeni iletişim çağına uygun, stratejik ve taktik pazarlama yaklaşımları geliştirmesi açısından da bir zorunluluk olmaktadır. Ancak, sayısal (dijital) iletişim alanında istihdam edilecek olanların ve e-dergi hazırlayıcılarının, bu alandaki rekabetten de başarı ile çıkabilmeleri için, yüksek teknolojili üretim ortamında güncel gelişmeleri yakından izlemeleri ve çok yönlü becerilere sahip olmaları gerektiği unutulmamalıdır (Scolari, 2009).

Basılı ve elektronik yayınlar, tasarım ve kullanılan teknolojiler açısından farklılık göstermektedir. Bu yüzden öncelikle yayının yayın ortamına ve etkileşim özelliklerine karar verilmesi ve buna uygun olarak tasarımının yapılması gerekmektedir. Bir yayının görüntü çözünürlüğü, arka plan ve yazı rengi ilişkisi, yazı karakteri ve ölçüleri gibi ögeler okur açısından önem taşımaktadır. Net olmayan görüntüler ya da okumayı zorlaştıran küçük puntolu metinler yayına olan ilginin azalmasına yol açmaktadır. Bu sebeple dergilerin basılı sayfa görüntülerinin doğrudan elektronik ortama aktarılmış sayfalarından ziyade, çoklu ortam elemanlarının eklenmesine imkan veren HTML5 web siteleri veya mobil uygulamalar biçiminde hazırlanması önerilmektedir. Bu formatlarda hazırlanan e-dergiler, okurla olan etkileşimi arttırıp okunurluğu kolaylaştırırken, kurumun prestijine de değer katmaktadır.

Web sitesi biçimindeki dergilerin daha fazla okura ulaşması için, tablet ve akıllı telefonlar üzerinden de kolayca okunabilmeye fırsat veren *Duyarlı (Responsive) web tasarımı* ile oluşturulması; mobil uygulama biçimindeki dergilerin ise, cihazın tüm donanım özelliklerinden faydalanmasına ve uygulamanın çevrim dışı da çalışmasını sağlayan *Yerel (Native) Uygulama* şeklinde hazırlanması önerilmektedir. Tırnaklı yazı karakterleri, cihazların ekran çözünürlüğüne bağlı olarak yapısal bozukluklara uğrayabildiğinden, ekrana yönelik tasarımlarda tırnaksız yazı karakterlerinin kullanımı tavsiye edilmektedir.

Tez uygulama çalışması olarak, mevcut bir etkileşimli e-dergisinin bulunmaması sebebiyle, *Pegasus Hava Yolları* için bir tasarım önerisi hazırlanmıştır. Yerel (Native) mobil uygulama biçiminde hazırlanan *Pegasus Magazine* isimli e-dergi, iPad tabletlerin dikey ve yatay konumda tutularak rahatlıkla okunabileceği şekilde tasarlanmıştır. Tasarlanan sayfalarda elektronik yayıncılığın sağladığı avantajlardan yararlanılmaya özen gösterilmiştir. Uygulama içerisinde, fotoğraf slaytları, videolar, sesler, haritalar, bağlantılı linkler bulunmakta ve çevrim içi alışveriş yapmak, metni sesli dinlemek, Facebook'a bağlanmak, metni e-posta ile paylaşmak mümkün olmaktadır.

Önerilen e-dergi, basılı ve elektronik yayıncılığın farkını ortaya koymakta ve e-dergilerin etkileşimi yüksek ve kullanıcı dostu olacak şekilde tasarlanması gerektiğinin önemini vurgulamaktadır.

KAYNAKLAR

1. Ambrose G., Harris P. (2013). *Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni*, İstanbul: Literatür, 9-169.

2. Ambrose G., Harris P. (2012). *Tipografinin Temelleri*, İstanbul: Literatür, 40.

3. Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi. (1987). Cilt: 7, İstanbul: Ana Yayıncılık, 162-163.

4. Arms, W. (2000). *Digital libraries*. Cambridge, MA: MIT Press, 52.

5. Armstrong, H., (2012). *Grafik Tasarım Kuramı*. İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları, 44.

6. Altunay, C., Altunay, D. A. Küçükcan, U. ve Kesim, M., (2013). *Hareketli Görüntünün Tarihi,* 2. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 149-158.

7. Atılgan, D. ve Yalçın, Y. (2009). Elektronik Kaynakların Seçimi ve Değerlendirilmesi. *Türk Kütüphaneciliği*, Cilt 23, Sayı: 4, 769-802.

8. Bayar, K. (2013). *Adobe Design ile Dijital ve Basılı Yayıncılık*. İstanbul: İnkılap Yayınevi, 56-57.

9. Becer, E. (2006). *İletişim ve Grafik Tasarım* (5.Baskı). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 67-186.

10. Becer, E. (2007). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 15.

11. Besimoğlu, C. (2007). *Akademisyenlerin Elektronik Dergi Kullanımında Disiplinler Arasındaki Farklılıklar*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

12. Burke, P. S. (2015). *The Business of e-publishing 2015*. (e-kitap). Web: http://iampariah.com/books/the-business-of-epublishing-2015 adresinden satın alınmıştır.

13. Büyükbaykal C. I. (2013). Türkiye'deki Kültür-Sanat Dergiciliğinin Tarihsel Gelişim Süreci Bağlamında Milliyet Sanat Dergisi Örneği., Yapar Gönenç, A. (editör). *Dergicilik Üzerine*. İstanbul: Koyu Kitap, 71-83.

14. Büyükbaykal G. N. (2013). Türkiye'de ve Dünyada Ekonomi Dergiciliği. Yapar Gönenç, A. (editör). *Dergicilik Üzerine*. İstanbul: Koyu Kitap, 84-101.

15. Caldwell, C., Zappaterra, Y. (2014). *Editorial Design: Digital and Print.* Londra: Laurence King Publishing. 24.

16. Çakır, H. (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Sayı: 22, 123-149.

17. Doğan, S. C. (2007). *Tıp Akademisyenlerinin Elektronik Veri Tabanı Ve Elektronik Dergi Kullanımları: Hacettepe Üniversitesi Örneği*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

18. Elden, M. (2013). *Reklam ve Reklamcılık* (2. Baskı). İstanbul: Say Yayınları, 241.

19. G+J Media Research Services (2012). *The Lufthansa Magazin iPad App Results of a user survey*. URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.ilimitadapub.com%2Fcache%2Fbinimagens%2Flufthansa_magazin_ipad_reader_survey_results_en-3788.pdf&date=2016-02-24 Son Erişim Tarihi: 24.02.2016

20. Garfield, S. (2012). *Tam Benim Tipim*. İstanbul: Domingo Yayınevi, 209.

21. Haydaroğlu, M. (editör). (2001). *101 Dergi: Dünden Bugüne Türkiye'nin Dergileri.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 17-18-145.

22. İnternet: *Adobe PDF hakkında.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Facrobat.adobe.com%2Ftr%2Ftr%2Fproducts%2Fabout-adobe-pdf.html&date=2015-10-15 Son Erişim Tarihi: 15.10.2015

23. İnternet: Airport Haber. (2015). *THY'den Japon Yolcularına Skylife Jesti.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.airporthaber.com%2Fthy-haberleri%2Fthyden-japon-yolcularina-skylife-jesti.html&date=2015-10-07 Son Erişim Tarihi: 07.10.2015

24. İnternet: *ANKOS Genel Bilgi.* URL: http://www.webcitation.org query?url=http%3A%2F%2Fwww.ankos.gen.tr%2Fweb%2Findex.php%2Fgenelbilgi&date=2015-10-11 Son Erişim Tarihi: 11.10.2015

25. İnternet: Bayrak. B. Y. (inet-tr'15). *Aklı(!) Telefonlara Devretmek: Akıllı Telefonlarla Yaşam Deneyimleri.* 20.Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul Üniversitesi, Beyazıt, İstanbul. URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Finet-tr.org.tr%2Finetconf20%2Fbildiri%2F43.pdf&date=2015-11-11 Son Erişim Tarihi: 11.11.2015

26. İnternet: Benli, L.; Kutup, N. (2002). *Sanal Dergi Yayıncılığı (Fotografya Bildirisi).* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Ffotografya.fotografya.gen.tr%2Fissue-15%2Ffotografyabildiri.htm&date=2015-10-09 Son Erişim Tarihi: 09.10.2015

27. İnternet: *Brand-new, with a website, too.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fmagazin.lufthansa.com%2Fde%2Fen%2Ftravel-en%2Fbrand-new-with-a-website-too%2F&date=2015-12-18 Son Erişim Tarihi: 18.12.2015

28. İnternet: *Calibro Hakkında.* Web: http://calibro.com/calibro-hakkinda.php adresinden 7 Eylül 2015 tarihinde alınmıştır.

29. İnternet: Çakır, H. (2006). Tarihimizin İlk Mizah Dergisi Diyojen'in Kapatma Cezalarına Yine Mizahi Yoldan Gösterdiği Tepkiler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fdergisosyalbil.selcuk.edu.tr%2Fsusbed%2Farticle%2Fdownload%2F571%2F551&date=2015-10-27 Son Erişim Tarihi: 27.10.2015

30. İnternet: Çelik, T. (2014). *Türkiye'de Çocuk Olmanın Tarihi: Doğan Kardeş Dergisi.* Web: https://www.academia.edu/8903353/T%C3%9CRK%C4%B0YEDE_%C3%87OCUK_OLMANIN_TAR%C4%B0H%C4%B0_DO%C4%9EAN_KARDE%C5%9E_DERG%C4%B0S%C4%B0 adresinden 1Ekim 2015 tarihinde alınmıştır.

31. İnternet: Çimen, E. (2011). Yayıncılığın Milenyumluk Serüveni. *Panorama Khas Süreli Yayınlar.* Sayı: 3. URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.khas.edu.tr%2Fuploads%2Fpanoramakhas%2Fsayi3%2F11.yayinciligin_milenyum_seruvni.pdf&date=2015-10-07 Son Erişim Tarihi: 07.10.2015

32. İnternet: *Dergibi.com Hakkında* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.dergibi.com%2Fhakkimizda%2F&date=2015-10-09 Son Erişim Tarihi: 09.10.2015

33. İnternet: Doğramacıoğlu, H. (2012). Namık Kemal'in Diyojen Gazetesindeki Mizahî Yazıları Üzerine Bir Değerlendirme. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 7/1 Winter 2012,* 935-951. URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.turkishstudies.net%2FMakaleler%2F2143682478_47_do%25C4%259Framac%25C4%25B1o%25C4%259Fluh%25C3%25BCseyin_t.pdf&date=2015-10-27 Son Erişim Tarihi: 27.10.2015

34. İnternet: Encyclopaedia Britannica. *History of publishing: Beginnings in the 17th century.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.britannica.com%2Ftopic%2FErbauliche-Monaths-Unterredungen&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

35. İnternet: Encyclopaedia Britannica. *Le Mercure de France.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.britannica.com%2Ftopic%2FLe-Mercure-de-France&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

36. İnternet: Gürcan, H. İ. (2003). *Analysing Of The Turkish News Sites*. Anadolu Üniversitesi. URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fciteseerx.ist.psu.edu%2Fviewdoc%2Fdownload%3Fdoi%3D10.1.1.455.4217%26rep%3Drep1%26type%3Dpdf&date=2015-10-14 Son Erişim Tarihi: 14.10.2015

37. İnternet: Henshaw, J. *Wired Magazine Continues to Get it Right with Digital Magazine Publishing On the iPad* URL: http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fmobilemeandering.com%2Fwired-continues-to-get-it-right-with-digital-magazine-publishing-on-the-ipad%2F&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

38. İnternet: IDPF. *EPUB 3.0.1.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fidpf.org%2Fepub%2F301&date=2015-10-15 Son Erişim Tarihi: 15.10.2015

39. İnternet: İnceelli, A. ; Candemir, Ö. ; Demiray, U. (2004). Elektronik Akademik Uzaktan Eğitim Dergisi: Tojde İçerik Analizine Dayalı Bir Değerlendirme. *The Turkish Online Journal of Educational Technology - TOJET October 2005 vol. 4 Issue: 4, Article 14.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.tojet.net%2Farticles%2Fv4i4%2F4414.pdf&date=2015-10-12 Son Erişim Tarihi: 12.10.2015

40. İnternet: INK. *Holland Herald.* URL:http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.ink-live.com%2Femagazines%2Fholland-herald&date=2015-10-01 Son Erişim Tarihi: 1.10.2015

41. İnternet: Karasözen, B.; Lindley, J. A. (2010). *ANKOS: Türkiye'de Konsorsiyum Gelişimi.* Web: ftp://ftp.lib.metu.edu.tr/pub/doc/ankosjaltr.doc adresinden 11.10.2015'te alınmıştır.

42. İnternet: Kollau, R. (2010). *Singapore Airlines goes digital with in-flight magazines.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.airlinetrends.com%2F2010%2F08%2F06%2Fsingapore-airlines-electronic-magazines%2F&date=2016-01-08 Son Erişim Tarihi: 08.01.2016

43. İnternet: Kuzuloğlu, M. S. (2012). *E-kitap okuyuculara giriş ve tercih rehberi. U*RL: http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.mserdark.com%2Fe-kitap-okuyuculara-giris-ve-tercih-rehberi%2F&date=2016-03-18 Son Erişim Tarihi: 18.03.2016

44. İnternet: Log Dergisi. (2011). URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.log.com.tr%2Fturkiyenin-ilk-newsstand-gazete-bayisi-yayini-log-dergisi%2F&date=2016-03-27 Son Erişim Tarihi: 27.03.2016

45. İnternet: M.E.B., Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi (MEGEP). *Dergi Sayfası Tasarlama.* (2011). URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fmegep.meb.gov.tr%2Fmte_program_modul%2Fmoduller_pdf%2FDergi%2520Sayfas%25C4%25B1%2520Tasarlama.pdf&date=2015-09-21 Son Erişim Tarihi: 21.09.2015

46. İnternet: M.E.B., Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi (MEGEP). *Dergi Haberciliği.* (2008). URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fhbogm.meb.gov.tr%2Fmodulerprogramlar%2Fkursprogramlari%2Fgazetecilik%2Fmoduller%2Fdergi_haberciligi.pdf&date=2015-09-30 Son Erişim Tarihi: 30.09.2015

47. İnternet: Nergiz, A. (2010). *Uçak Dergileri de Elektronik Olacak.* Web: http://www.havayolu101.com/2010/08/04/ucak-dergileri-de-elektronik-olacak/ adresinden 18.11.2015'te alınmıştır.

48. İnternet: Önder, M. (2014). 1960 Darbesi Sürecinde Akis Dergisi. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, XIV/28 (2014-Bahar)* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fweb.deu.edu.tr%2Fataturkilkeleri%2Fai%2Fuploaded_files%2Ffile%2FDergi_28_yeni%2F11_meltem_onder.pdf&date=2015-10-27 Son Erişim Tarihi: 27.10.2015

49. İnternet: Open Handset Alliance (2007). Web: http://www.openhandsetalliance.com/oha_faq.html adresinden 05.07.2015'te alınmıştır.

50. İnternet: Open Skies Mediakit (2016). URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fmotivatepublishing.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2016%2F01%2FOpen-Skies-Media-Kit-20161.pdf&date=2016-02-24 Son Erişim Tarihi: 24.02.2016

51. İnternet: Özoğlu, Y.; Kaysi. F.; Özoğlu, F. Mobil Cihazlar İçin EPUB Standardında Müfredat Ders İçerik Üretimi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, Şubat 2014, Cilt: 3, Sayı: 1, Makale No:19. URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.jret.org%2FFileUpload%2Fks281142%2FFile%2F19.ozoglu.pdf&date=2015-10-14 Son Erişim Tarihi: 14.10.2015

52. İnternet: Pektaş, H. (2011). *İnternetteki Tipografi Sorunları ve Görsel Kirlenmeye Karşı Öneriler.* www.fotografya.gen.tr, Sayı: 6 URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Ffotografya.fotografya.gen.tr%2Fissue-6%2Fhasip.html&date=2016-03-16 Son Erişim Tarihi: 16.03.2016

53. İnternet: Pettenati, C. (2001). *Electronic Publishing at the End of 2001*. URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fvillaolmo.mib.infn.it%2FManuscripts%2F10_generalities%2Fpettenati.pdf&date=2015-10-08 Son Erişim Tarihi: 08.10.2015

54. İnternet: *Responsive web tasarım nedir*? URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.yazilimnet.com%2Ftr%2Fblog%2F19%2Fresponsive-web-tasarim-nedir-+&date=2015-12-06 Son Erişim Tarihi: 06.12.2015

55. İnternet: Shadbolt, P. (2015). CNN. *Inflight empire: How Ink Global is cornering airline magazine market.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fedition.cnn.com%2F2015%2F01%2F28%2Ftravel%2Fink-inflight-empire%2F&date=2015-10-02 Son Erişim Tarihi: 01.10.2015

56. İnternet: Tonta, Y. (2000). *Elektronik Yayıncılıkta Son Gelişmeler.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Feprints.rclis.org%2F9451%2F1%2FElektronik_Yay%25C4%25B1nc%25C4%25B1l%25C4%25B1kta_Son_Geli%25C5%259Fmeler.pdf&date=2015-10-08 Son Erişim Tarihi: 08.10.2015

57. İnternet: TÜBİTAK-ULAKBİM, CABİM (Cahit Arf Bilgi Merkezi) URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fcabim.ulakbim.gov.tr%2Fekual%2F&date=2015-10-11 Son Erişim Tarihi: 11.10.2015

58. İnternet: Türk Dil Kurumu. Güncel Türkçe Sözlük. URL: http://www.tdk.gov.tr/ Son Erişim Tarihi: 10.06.2015.

59. İnternet: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması.* (2015). URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.tuik.gov.tr%2FPreTablo.do%3Falt_id%3D1028&date=2015-10-09 Son Erişim Tarihi: 09.10.2015

60. İnternet: Yapar Gönenç, A. (2007). Türkiye'de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, Sayı 29, Web: http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019010360 adresinden 19 Eylül 2015'de alınmıştır.

61. İnternet: Yapı Kredi Yayınları Tarihçe. URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fkitap.ykykultur.com.tr%2Fyky%2Fyky-hakkinda%2Ftarihce%2F&date=2015-10-01 Son Erişim Tarihi: 1.10.2015

62. İnternet: Web: http://ink-global.com/advertise/magazines#8S3iAVHSyikboLKJ.97 adresinden 27.10.2015'te alınmıştır.

63. İnuğur, M. Nuri. (2002). *Basın ve Yayın Tarihi*. İstanbul: DER Yayınları, 58.

64. Karaduman M., (2003). *Haber Almada İnterneti Kullanma Alışkanlıkları*. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, 89-101.

65. Kazan H. (2013). Kurumsal Dergicilik ve Türk Hava Yolları'nın Uçuş Dergileri., Yapar Gönenç, A. (editör). *Dergicilik Üzerine*. İstanbul: Koyu Kitap, 299-316.

66. Kazancı, M. (2010). *Dijital Kitap (E-Kitap) Yayıncılığı: Türkiye'de Yayıncılık İçin Yeni Fırsatlar, Eski Sorunlar.* Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, Ankara.

67. Keş, Y. (2006). *"e-grafik.net" Elektronik Dergi Tasarımı*. Sanatta Yeterlilik Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, Ankara.

68. Kınık, M., Ceylan, İ. G. (2012). Hattat Emin Barın'ın Çalışmalarının Grafiksel Açıdan İncelenmesi. *Akdeniz Sanat Dergisi*. Cilt 5. Sayı: 9. 86-96.

69. Kocabay Şener N. (2013). National Geographic'in 'Doğu'su. Yapar Gönenç, A. (editör). *Dergicilik Üzerine*. İstanbul: Koyu Kitap, 325-338.

70. Mazlum, F. S. (2006). *Masaüstü Yayıncılık: Tasarım ve Basım Teknolojisine Giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi Yayınları, 13.

71. Nicholas, D., Mateus. K. (2015). *Mequoda Digital Magazine Market Study*. Boston: Mequoda Group LLC. 21.

72. Nizam, F. (2006). *İnternet ve Özellikle İnternet Yayıncılığını Düzenlemek İçin Çözüm: Otokontrol Mü, Hukuk Mu?*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

73. Oğuzhan E. (2013). Sedat Simavi'nin Dergicilik Faaliyetleri., Yapar Gönenç, A. (editör). *Dergicilik Üzerine*. İstanbul: Koyu Kitap, 122-142.

74. Onursoy, S. (2001). *Online Haber Yayımcılığında Görsel Tasarım Boyutu: Haber Sitesi Örnekleri Üzerine Bir Uygulama*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basım ve Yayımcılık Anabilim Dalı, Eskişehir.

75. Özcan, M. (1996). *Başlangıcından Günümüze Türkiye'de Haftalık Haber Dergiciliğinin Gelişim Evreleri (Akis Dergisi Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul, 14.

76. Özdamar Keskin, N. ve Kılınç, H. (2015). Mobil öğrenme uygulamalarına yönelik geliştirme platformlarının karşılaştırılması ve örnek uygulamalar. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi AUAd,* Cilt 1, Sayı 3, 68-90.

77. Pegasus Magazine. (2015). Sayı: Kasım 2015. İstanbul: Group Medya ve Bilgi Teknolojileri A. Ş.

78. Pektaş Turgut, Ö. (2009). *Basılı ve Elektronik Grafik Tasarım Dergilerinin Görsel Kimlik Açısından Karşılaştırılması ve Bir Elektronik Tasarım Dergisi Önerisi.* Sanatta Yeterlilik Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, Ankara, 45.

79. Scolari, C. A. (2009). Mapping conversations about new media: the theoretical field of digital communication. *New Media & Society*, Vol 11 (6): 943-964. doi: 10.1177/1461444809336513.

80. Silva, D. S. (2011). The Future of Digital Magazine Publishing. *Information Services & Use*, vol. 31, Sayı: 3-4. 301-310.

81. Skylife *30 Yıl Özel Sayısı.* (2013). Sayı: 365, Aralık. İstanbul: İnfomag Yayıncılık. 67.

82. Şenyapılı, Ö. (2013). *Tasarım ve Medya*. Ankara: Bilgin Kütür Sanat Yayınları, 359.

83. Tonta, Y. (1997). Elektronik Yayıncılık, Bilimsel İletişim ve Kütüphaneler. *Türk Kütüphaneciliği* Cilt 11, Sayı: 4, 305-314.

84. Türesay, Ö. (2000). Ebüzziya Tevfik ve Mecmua-i Ebüzziya (1880-1912). *Müteferrika Kitabiyat Dergisi*, Sayı: 18, İstanbul, 87-95.

85. Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. 3. Baskı, İstanbul: İnkılap Yayınevi, 24-152.

86. Ulusoy Nalcıoğlu B. (2013). Türkçe Dergiciliğin Sancılı Başlangıcı., Yapar Gönenç, A. (editör). *Dergicilik Üzerine*, İstanbul: Koyu Kitap, 7-39.

87. Yar, M. A. (2004) Türkiye'deki Elektronik Dergiler, *Türk Kütüphaneciliği* Cilt 18, Sayı: 4, 450-453.

YARDIMCI KAYNAKLAR

1. Ambrose G., Harris P. (2014). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü* (2. Basım). İstanbul: Literatür.

2. Apfelbaum, S., Cezzar, J. (2014). *Designing the Editorial Experience: A Primer for Print, Web, and Mobile.* Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers.

3. Burke, P. (2013). *ePublishing with InDesign CS6*. Indiana: John Wiley & Sons.

4. İnternet: Anderson,C. (2010). Web: http://www.wired.com/2010/05/mag_editors_letter/ adresinden 06.09.2015'te alınmıştır.

5. İnternet: *Amazon Kindle Fire Tablet Bilgisayar Hakkında Bilmeniz Gerekenler.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fyenitabletpc.com%2Famazon-kindle-fire-tablet-bilgisayar-hakkinda-bilmeniz-gerekenler.html+&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

6. İnternet: *Apple Inc. iBooks.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.apple.com%2Ftr%2Fibooks%2F&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

7. İnternet: *Apple Inc. iCloud.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.apple.com%2Ftr%2Ficloud%2F&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

8. İnternet: Aygün, B. (2015). *Surface 3 Sanat Yapıyor.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fshiftdelete.net%2Fsurface-3-sanat-yapiyor-61625&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

9. İnternet: Canpolat, Y. (2012). *iOS ile Android'i Karşılaştırdık.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fshiftdelete.net%2Fios-ile-androidi-karsilastirdik-34697%3Fp%3D&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

10. İnternet: Chip Online. (2013). *iOS vs Android vs Windows 8.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.chip.com.tr%2Fhaber%2Fios-vs-android-vs-windows-8-google-android-esnek-ve-acik_37583_3.html+&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

11. İnternet: Demiray, U. (2003). Electronic Publishing and Academic Dialogue between Academicians via Online Journals in the New Millennium: A Case of TOJDE. *The Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET).* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.tojet.net%2Farticles%2Fv2i2%2F223.pdf&date=2015-10-08 Son Erişim Tarihi: 08.10.2015

12. İnternet: Esquire Editors. *The 50 Greatest Esquire Covers of All Time.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.esquire.com%2Fentertainment%2Fg2375%2F50-best-esquire-covers%2F+&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

13. İnternet: *Flipboard nedir?* (2013). URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.internetbilgisi.com%2F2013%2F02%2Fflipboard-nedir.html&date=2016-03-27 Son Erişim Tarihi: 27.03.2016

14. İnternet: Issuu. Web: https://issuu.com/about adresinden 06.09.2015'te alınmıştır.

15. İnternet: KLM. (2013). *Holland Herald: Media Buyers Handbook 2013.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.ink-live.com%2FcontentFiles%2Ffile%2Fmediakit%2Fklm-mediapack-2013-euros.pdf&date=2015-10-07 Son Erişim Tarihi: 07.10.2015

16. İnternet: G+J Media Sales. (2016). *Lufthansa Magazin Factsheet 2016.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.gujmedia.de%2Fuploads%2Ftx_hngujmediasales%2Fpdfs%2FLHM_LHE_Factsheet_0216.pdf&date=2016-02-24 Son Erişim Tarihi: 24.02.2016

17. İnternet: Nikola. (2013). *History of the Magazines.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.magazinedesigning.com%2Fhistory-of-the-magazines%2F&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

18. İnternet: *National Geographic Society. National Geographic History.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.nationalgeographic.com%2F125%2Ftimelines%2Fnational-geographic-history%2F&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

19. İnternet: *Phablet Nedir?* (2014). URL: http://www.webcitation.org/query?url=http%3A%2F%2Fwww.teakolik.com%2Fphablet-nedir%2F&date=2015-09-20 Son Erişim Tarihi: 20.09.2015

20. İnternet: Jobs, S. (2010). *Thoughts on Flash.* URL: http://www.webcitation.org/query?url=https%3A%2F%2Fwww.apple.com%2Fhotnews%2Fthoughts-on-flash%2F&date=2015-11-08 Son Erişim Tarihi: 08.11.2015

21. Tondreau, B. (2009). *Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids.* Beverly, Massachusetts: Rockport Publishers.

EKLER

EK-1. Madrid şehrine ait sayfa tasarımında yer alan pop-up'ların yatay ve dikey yöndeki görünümleri



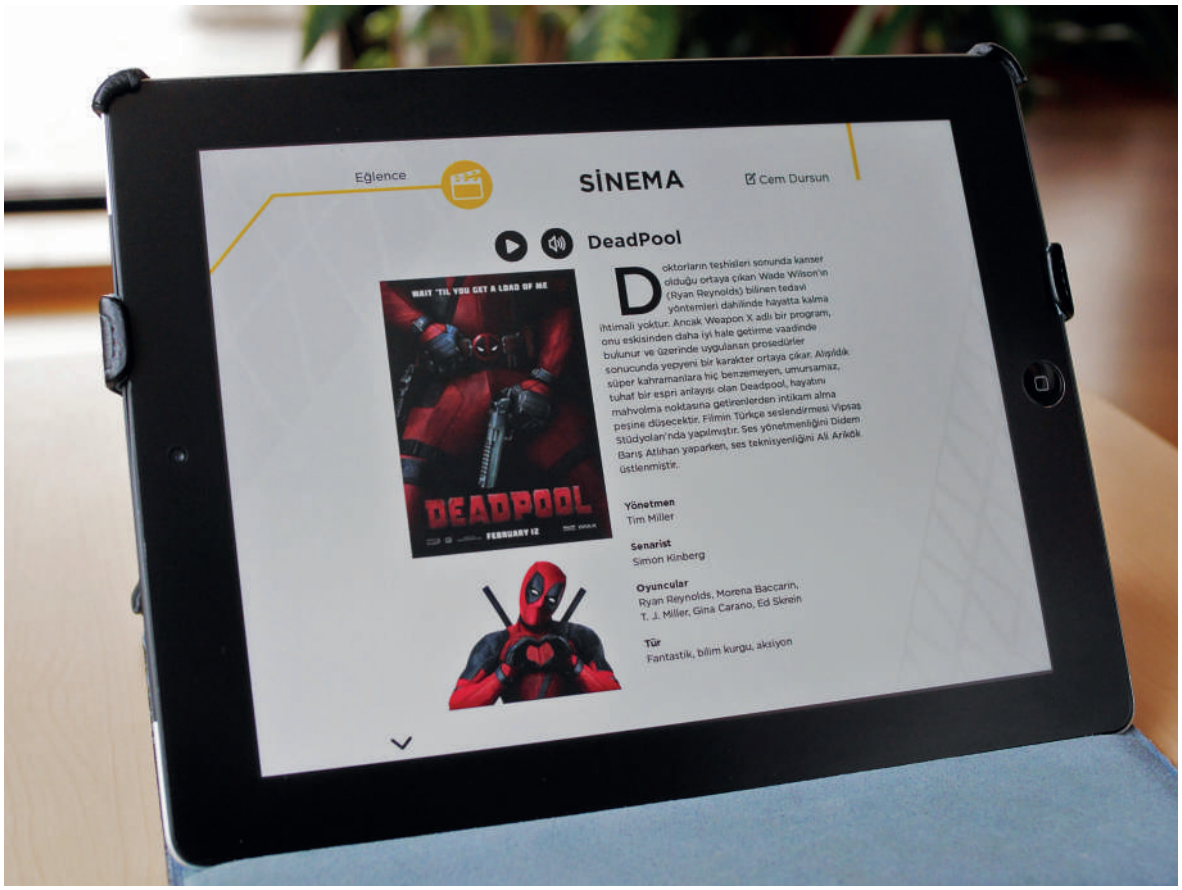


EK-2. Oyun içeriğine ait doğru ve yanlış cevap pop-up'larının yatay yöndeki görünümleri





EK-3. Deadpool filminin fragmanının yatay yöndeki pop-up görünümü





ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler



Soyadı, adı : TILIÇ, Görkem
Uyruğu : T.C.
Doğum tarihi ve yeri : 15.08.1989, Merzifon
Medeni hali : Bekar
e-mail : gorkemtilic@gmail.com

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Yılı
Yüksek Lisans	Gazi Üniversitesi / G.S.E	2016
Lisans	Gazi Üniversitesi / G.S.F	2012
Lise	Ankara Bahçelievler Deneme Lisesi	2007

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2014-2015	Gönül Adamları Danışmanlık Hizmetleri	Grafik Tasarımcı
2013-2014	Ket Kolektif Design & Production	Grafik Tasarımcı

Yabancı Dil

İngilizce
İspanyolca

Yayınlar

Tılıç, G. (2016). *Basılı Hava Yolu Dergilerinin Elektronik Biçime Uyarlanması*, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2. Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi, Bildiri Kitabı: 1, 248-262.

Hobiler

Fotoğraf çekmek
Seyahat etmek



GAZİ GELECEKTİR..

