

SAYFA TASARIMI VE KURUMSAL KİMLİK OLUŞTURMA: TÜRKİYE'DEKİ ULUSAL GAZETELERİN BİRİNCİ SAYFALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Filiz Tiryakioğlu* - Dilek Top**

ÖZET

Sayfa tasarımı, düşüncenin kağıt üzerine iletilmesindeki ilk adımdır. Bilgileri düzenler, önemli yerleri işaret eder, yayını estetik kılar. Kısacası bilginin aktarılmasında çok önemli rol üstlenir. Önemli kitle iletişim araçlarından biri olan gazeteler için sayfa tasarımı ayrı bir önem taşır. Sayfa tasarımı, kurumsal kimlik ve imajı oluşturmada da etkindir. Gazetelerin ilk sayfaları, tüm sayfaların tasarım özelliğini taşıdığı için ayrıca önemlidir.

Anahtar sözcükler: Sayfa tasarımı, gazete tasarımı, gazetelerde ilk sayfa, kurumsal kimlik.

PAGE DESIGN AND CREATE A CORPORATE IDENTITY: A RESEARCH IN FIRST PAGE OF NATIONAL NEWSPAPERS IN TURKEY

ABSTRACT

Page design, is the first step of transferring ideas to the paper. It puts information in order, points out the important points, makes publishing esthetic. In short words, it has lots of roles in transferring the information. Page design is something vital for the newspapers, which is one of the most important mass communication tools. Page design is also important for creating corporate identities and image. The first pages of the newspapers are vital for carrying the design characteristics of the whole newspaper.

Keywords: Page design, newspaper page design, first page of newspapers, corporate identity

GİRİŞ

Sayfa tasarımı eldeki yazıların, fotoğraf, grafik gibi görsel malzemenin; önem sırasına göre, belirli bir düzen ve kurallar çerçevesinde okurun ilgisini çekecek şekilde iki boyutlu bir yüzeye yerleştirilmesidir (Seçim 1996: 3).

Yazılı basının önemli kitle iletişim araçlarından biri olan gazeteler için sayfa tasarımı ayrı bir önem taşır. Gazetenin üretim sürecindeki en önemli noktalardan biridir. İçeriğin gücünü de arttırır. Çünkü sayfa tasarımı, gazetedeki haber ve yazıların, okuyucu tarafından mümkün olan en az çabayla algılanmasını sağlamaya yönelik bir işlemdir. Sayfa tasarımının bir başka üstlendiği görev de tipografi ve görsel malzeme kullanımı ile kurumsal kimlik ve imajı oluşturmadaki gücüdür (Teker 2003: 216).

Her gün yayın hayatına yeni bir gazete katılmakta ve bu gazeteler, benzer ürünlerden farklı olmak, rakibinden üstün olabilmek, toplumda olumlu bir yer edinebilmek ve dolayısıyla daha

fazla satabilmek için kendilerine özgü bir sayfa tasarımı oluşturmaya çalışırlar. Ancak uygulanan farklı sayfa tasarımının, diğer gazete tarafından da uygulanmaya çalışılması işi zorlaştırmaktadır. Temel amaç, farklı, çarpıcı, akılda kalan bir sayfa tasarımı oluşturmaktır.

Yazılı basında; kuruluşun logosu, amblemi, yayının boyutu, seçilen renkleri gibi görsel malzemeler kurum kimliğinin oluşmasında çok önemli bir rol üstlenir. Bunların yanı sıra yayın politikası, iletişim şekilleri, felsefesi, imajı, düşüncesi, kurum kültürü gibi unsurlar da gazetelerin kurumsal kimliğini oluşturur (Korkmaz 2007: 386).

Bu araştırma; haftalık net satışı 35.000'in üzerindeki gazetelerin, kurumsal kimlik oluşturmada önemli bir role sahip sayfa tasarımları arasındaki fark ve benzerliklerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır.

Bu amaçla aynı güne ait 18 gazetenin ilk sayfaları, laboratuvar ortamı oluşturulan bir odada duvara asılmıştır. Tüm gazetelerin isimleri,

* Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

** Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

başyazarı ve gazetenin tanınmasında yardımcı olacak yazılar kesilerek çıkartılmıştır. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin oluşturduğu toplam 50 kişilik fokus grup üyelerinden tek tek bu odaya girerek gazeteleri tanımaları ve ellerine verilen sormacayı cevaplamaları istenmiştir (1).

15 sorudan oluşan sormacada, deneklerden numaralandırılan sayfalarının hangi gazeteyle ait olduğunu bilmeleri istenmiştir. Sormacadaki diğer sorulardan da; deneklerden her gün gazete okuyup okumadıkları, okuyorlarsa hangi gazete/gazeteler olduğunu, en beğendikleri gazete sayfa tasarımı, hiç beğenmedikleri sayfa tasarımının hangisi olduğunu yazmaları istenmiştir. Deneklerden, renk, fotoğraf, okunaklılık açısından en başarılı buldukları gazete sayfasının hangisi olduğunu işaretlemeleri de istenmiştir.

Sürenin 1 günle sınırlandırılmış olmasının nedeni; fokus grup üzerinde şaşırtmaca yapılmasının istenmemesidir. Ayrıca gazetelerin her gün farklı tasarım uygulamasına gitseler bile temel tasarım özelliklerinin aynı olacağı varsayımı bu sürenin yeterli olacağı sonucuna varmıştır.

4 Aralık tarihinin seçilmiş olması tesadüfi bir gündür. Bu araştırmanın yapılmasına karar verildikten sonraki güne ait 18 gazete, Eskişehir gazete bayiiinden satın alınarak incelenmeye başlanmıştır.

18 gazetenin seçilmiş olmasının nedeni; haftalık net satışı 35.000 ve üzeri olan gazetelerin seçilmiş olmasıdır. Ayrıca seçilen gazetelere spor gazeteleri ve yabancı dilde yayınlanan gazeteler dahil edilmemiştir.

1. GÖRSEL DİL

Görsel tasarımın dilini, belirli bir mesajı ya da bilgiyi problem olarak ele alıp çözümlenmesi oluşturur. Amaç, belirlenen hedef kitleye en etkili ve uygun bir şekilde mesajın ya da bilginin verilmesidir (Alpan 2005: 27).

İnsan hayatında, kişilerin gereksinimleri iletişimi zorunlu kılmıştır. "...çevre üzerinde etkin olmak, başkalarında davranış, tutum geliştirmek ve değiştirmek" (Zılhoğlu 2003: 13) ya da belirli bir konu hakkında bilgilenmek ya da bilgilendirmek gibi amaçlar, iletişim yollarını

belirlemektedir. İnsan bu iletişim ihtiyacını gidermek için birçok yol bulmuştur. İlk olarak resimle başlayan mesaj iletme yöntemi, yazı ile devam etmiştir. Yazı, insanların duygularını ve düşüncelerini biçimlerle netleştirebildikleri gösterge ve simgelerin devamında oluşturulmuştur. Yazı ve yazılı iletişimin bütün alanlarında kullanılan harf, sayı, sembol, çizgi ve noktalama işaretlerini kapsayan tipografi, mesajı bilgi olarak vermenin dışında görsel olarak da iletilebilmektedir. İnsanoğlunun görsel malzemeyle olan ilişkisi, yazıyla olan ilişkiyi nazaran son derece yenidir. Yazının düzenlenmesi, bir alan üzerinde düzenlenmesi, tasarımın farklı bir dalı olan düzenleme ve sayfa tasarımı gibi konuları yarattı. Özellikle yazıt kültürü bu düzenlemenin estetik öğeler doğrultusunda yaratımını gerekli kıldı. Her yazıt, içeriğinin kapsamında bir anlamsal boyutta iletişim kursa da, aynı zamanda bir sanat ögesi olarak nesnel bir değere sahiptir (Uçar 2004: 144).

Günümüz grafik tasarım konularının içinde en önemlilerinden biri olan sayfa tasarımı ve grid, tarih boyunca birçok kişi tarafından fikirlerin yazı ve görsel malzeme ile birleştirilerek, bilginin mesaj şeklinde oluşturulup iletilmesi olarak kabul edilmiştir (Uztuğ 2002: 41). Bu anlamda sayfa tasarımı, eldeki bilgilerin önem sırasına ve okurun ilgisini çekecek şekilde yerleştirilmesidir. Ayrıca sayfa tasarımı sayfaların içeriğini, haberin, olayın, bilginin yerini ve önemini gösterir.

Gazetecilikte en önemli unsurun haber olduğu bir gerçektir. Bir gazetenin işlevlerini yerine getirebilmesi için içinde barındırması gereken bazı özellikler bulunmaktadır. Haber, fotoğraf, grafik ve reklam gazeteyi oluşturan önemli öğelerdendir. Gazetenin ortaya çıkabilmesi için de bütün bu öğelerin basılı hale getirilmesi ancak tasarımla mümkün olur. İletişim ve okuma amacıyla basımı yapılan her yayın okunmadan önce görülür ve görsel etkisiyle dikkat çeker. Bir başka deyişle; yayını oluşturan sayfalarda yer alan tamamlayıcı malzemelerin (yazı, resim, fotoğraf ve grafikler v.b. gibi) doğru ve yerinde kullanılması gerekir (Garcia 1987: 10). Tüm bu düzeni sayfada sağlayabilmek için sayfa tasarımının iyi yapılması o yayının daha çok ilgi çekmesini sağlar. Kısacası; sayfa tasarımı olmadan düşünceler anlatılamaz. Görsel imajla ilgili gerekli mesaj iletilemez.

Bir yayının etkinliği, niteliği, içeriğinin zenginliği, konularının seçiminin yanı sıra, kullanılan yazı karakterine, kullanılan resimlere, tercih edilen baskı tekniğine, kullanılan kağıt seçimiyle de doğrudan bağlantılıdır. Bu nedenledir ki; sayfa tasarımcıları görsel güzelliğin ve grafik kurgunun yanı sıra bu özellikleri de iyi harmanlayarak ve doğru kullanarak tasarım yapmak zorundadır. İyi bir sayfa tasarımı yayın üzerindeki görsel güzelliği pekiştirir ve yayının okur üzerindeki etkisini artırır.

Bir gazetenin okuruna ulaşmaktaki amacı ticari olmasının yanı sıra onu meydana gelen olaylardan haberdar etmektir. Bu da ancak çok iyi tasarlanmış sayfalar aracılığıyla başarılabilir. Çünkü yazılı basında görsel etkiyi yaratabilmek çok önemlidir. Okunabilir sayfaların olması gazetenin okunurluk oranının etkilemektedir.

Gazete standlarına bakıldığında görünüşleri ile birbirlerine çok benzeyen birçok gazete olduğu görülmektedir. Tasarımın amacının tanımlanması da buradaki benzerlik ya da varsa farklılıkları ortaya koymada açıklayıcı olacaktır. Bunlar;

- Okurun ilgisini çekebilmek ve bu ilgiyi sürekli tutabilmek,
- Okunaklı ve anlaşılabilir olmak,
- Sayfalarda bütünlük oluşturabilmek,
- Gazeteyi tanımır kılabilen bir kimlik oluşturabilmektir (Garcia 1997: 12).

Tipografi, tasarıma kimlik kazandıran önemli bir tasarım elemanıdır. Seçilen yazı ve basılı malzemelerde yazının kullanımı tüm görsel ürün özelliğinin kimliğinde karakteristik bir nokta oluşturabilir; ayrıca, ürünün görsel kimliğini meydana getiren biçime de dönüşebilir. Görsel kimlik, bir ürünün niteliklerine bağlı kalınarak tasarlanır. Nasıl "bir ürünün toplam/genel ortaya çıkışı, görünümü, ambalajı, adı ve/veya markası, fonksiyonu ve kullanım kalitesi, fiyatı ve pazardaki konumlandırılması ..." (Okay 2003: 56) ürün kimliği ise; ürünün özelliklerini kitleye ileten ve tanıtan da, ürünün görsel kimliğidir. Görsel kimlik aracılığıyla ürün, hedef kitle tarafından belirgin ve tutarlı bir şekilde tanımlanabilir.

Gazete tasarımında kullanılan görsel öğelerin, hem biçimsel özellikleri, hem de düzenlemeleri ile bir gazetenin niteliklerini ve içeriğini yansıtmada olduğu kadar, hedef kitesinde akılda kalıcılığının sağlanmasındaki öneminin saptanması, bu çalışmanın temel amacıdır. Bu amaçla; gazetelerdeki sayfa tasarımının görsel olarak okuyucuyla iletişim kurmakta olduğu, biçim ilişkisi açısından önemi ile beraber vurgulanmış olacaktır.

2. SAYFA TASARIMI

Basımı yapılan iletişim araçlarının yayın teknikleri genel olarak aynıdır. Farklılık sunum ve kullanımındadır. Bu açıdan farklılık gösteren basılı iletişim araçlarını genel olarak; gazete, dergi, kitap, broşür, afiş, pankart pul kartvizit v.b. gibi gruplar içinde toplayabiliriz. Hangi grup içinde olursa olsun basılı bir malzemenin için üretiminin başlangıç aşaması; sayfa tasarımıdır (Ketenci ve Bilgili 2006: 297).

İletişim ve okuma amacıyla basımı yapılan her yayın okunmadan önce görülür ve görsel etkiyle dikkat çeker. Bir başka deyişle; yayını oluşturan sayfalarda yer alan tamamlayıcı malzemelerin (yazı, resim, fotoğraf ve grafikler v.b. gibi) doğru ve yerinde kullanılması gerekir. Tüm bu düzeni sayfada sağlayabilmek için sayfa tasarımının iyi yapılması o yayının daha çok ilgi çekmesini sağlar. Kısacası; sayfa tasarımı olmadan düşünceler anlatılamaz. Görsel imajla ilgili gerekli mesaj iletilemez (İstek 2004: 56).

Bir yayının etkinliği, niteliği, içeriğinin zenginliği, konularının seçiminin yanı sıra, kullanılan yazı karakterine, kullanılan resimlere, tercih edilen baskı tekniğine, kullanılan kağıt seçimiyle de doğrudan bağlantılıdır. Bu nedenledir ki; sayfa tasarımcıları görsel güzelliğin ve grafik kurgunun yanı sıra bu özellikleri de iyi harmanlayarak ve doğru kullanarak mizanpaj yapmak zorundadır. İyi bir mizanpaj yayın üzerindeki görsel güzelliği pekiştirir ve yayının okur üzerindeki etkisini artırır.

3. GAZETE SAYFA TASARIMI

Tasarım genel anlamda kullanımı ile tanınıyor olmasına karşın en yaygın ve güncel olanı gazete sayfa tasarımı olarak bilinir. Günlük

periyodu ile her gün okurla iletişim kurma araçlarını en etkinlerinden biri olan gazeteler haber taşıyıcı olmalarının yanı sıra tasarımları ile de okurları etkilerler.

Gazete birinci sayfası gazetenin kimliği ve vitrinidir. Birinci sayfa tasarımı gazetenin farklılığını yansıtır. Gazete tasarımında birinci sayfa aynı zamanda gazetenin tüm içeriğiyle ilgili kısa bilgileri yansıtabilen, okuru bu görüntüsüyle etkileyebilen bir yansımadır. Birinci sayfa, gazete ve içeriğinin sunulmasında anahtar rolü oynamaya günümüzde de devam etmektedir ve cazip ve genel bir görünüşün yaratılması bakımından bir sanatkarın mozaik çalışmasına benzerdir. Ancak birinci sayfa, mozağın aksine, birbiriyle ilgili veya ilgisiz bir dizi mesaj iletmek durumundadır. Yani, sunuş tarzı ile mesajın önemi, okuyucuya anında iletilmektedir (Taş 1993: 49).

Yazı ve görsellerin; fotoğraf, illüstrasyon gibi grafik unsurlarının kağıt üzerinde düzenlenmesi olan sayfa tasarımının iyi ve başarılı olduğunun göstergesi olan bazı temel unsurları zorunlu kılmaktadır. Tasarımda altı önemli unsur hep göz önünde bulundurulmalıdır. Bunlar;

Denge, Vurgu, Bütünlük, Renk, Sayfa tasarımında yazının kullanılması, Sayfa tasarımında görsellerin kullanılması.

3.1. Denge

Denge her şey için çok önemlidir. Çünkü dengeli olmayan şeyler kişiyi rahatsız eder. Bu, sayfa tasarımı için de geçerlidir. Sayfaya yerleştirilen öğelerin dengesiz dağılımı, ya da renk ya da biçimdeki dengesizlik okuru zorlar ya da okumaktan caydırır. Okur, sayfa ile ilgili bir şeylerin yanlış olduğunu hisseder.

İki tür denge vardır: simetrik denge ve asimetrik denge. Simetrik dengede, nesnelere merkezin sağına ve soluna, altına ve üstüne dağıtılır. Asimetrik dengede, ise nesnelere ağırlıkları, sayfaların her bir kenarında ölçüleri birbirine benzemeyen biçimde düzenlenir. Her 2 dengede de renk, değer, ölçü, sekil ve doku gibi unsurlar denge oluşturmak amaçlı kullanılabilir. Örneğin; siyah alanlar beyaz alanlara göre daha ağır görünür. Sol tarafta kullanılan küçük siyah bir sekil sağdaki büyük bir beyaz boşluğu den-

geleyebilmektedir. Simetrik denge ile oluşturulan sayfalar ciddiyet, tutuculuk, katılık hissi verir. Hazırlaması kolay ancak sıkıcı sayfalar. Asimetrik sayfalarda hareket vardır. Yaratıcılık gerektirir.

3.2. Vurgu/ Etki, Odak

Sözlü iletişimde üzerinde durulan konu için kelimelerle vurgu yapılır. O kelimeler daha sesli ya da farklı söylenir. Aynı şey yazılı iletişimde de vardır. Burada sesin yerini tipografi ya da renk almıştır. Okurun ilgisini çekmek, onu etkilemek için sayfada mutlaka vurgu alanı ya da odak olması gerekmektedir. Ancak birden fazla oluşturulan odak da okuru şaşırtır. O nedenle her sayfanın bir odak noktası olmalıdır (White 2002: 63). Sayfayı tasarlayan kişi, vurgu yapılacak öğeyi saptamalı (başlık, canlandırma, fotoğraf, metin) sonra seçilen öğe ile farklı uygulamalar (punto büyütme, koyu ya da parlak renk seçimi, bold kullanma vb.) yapmalıdır (Ketenci ve Bilgili 2006: 283).

3.3. Bütünlük

Tüm elementleri bir bütün oluşturacak şekilde kompozisyonlar oluşturmak olarak tanımlanabilir. Tasarım ilkeleri içinde en önemlisi ve dikkat edilmesi gereken kuraldır. Sayfa tasarımcısı bütünlük sağlamak için farklı yöntemler kullanabilir. Bunlar: çizgi, üç nokta yöntemi, eksen çizgileri, beyaz boşluklardır. Bütünlük türdeşlik değildir, fakat bölümler içinde ailesel bir benzerliği gerektirir (White 2002: 63).

3.4. Renk

Renk, bir ışık kaynağından yayılan ışınların nesnelere çarptıktan sonra yansımaları sonucu gözümüzün algıladığı duyumdur. Temel olarak üç ana renk vardır, kırmızı, mavi ve yeşil, turuncu, sarı ve mor ise bu üç ana rengin birbirleriyle karışımlarından oluşan ara renklerdir. Sayfa tasarımında renklerin doğru seçilmesi önemlidir. Çünkü renklerin verdiği bir mesaj vardır. Renk hayatımızda birçok şeyi gerçekleştiren sembolik iletişim aracıdır. Objeleri tanımlamamıza yardımcı olur; elmalar kırmızı renktedir, bazı şeyleri anlayabilmemizi sağlar; yeşil devam et demektir, duygular ve ruh durumları ile iletişim kurabilmemizi sağlar. Renk bir sayfa tasarımına birçok şey katmaktadır.

Yanlış seçilen ve kullanılan renkler anlam kargaşasına yol açabileceği gibi sayfada da kötü bir leke görünümüne döner. Kullanılacak renk seçiminde rengin ne amaçla seçildiğine, rengin ne gibi bir etki katması istendiğine göre dikkatli düşünülüp karar verilmelidir (Seçim 1996: 61).

3.5. Sayfa Tasarımında Yazının Kullanılması

Sayfa tasarımında kullanılan yazı, matbaa işareti sistemi ve yazı düzenleme sanatı anlamında kullanıldığında tipografi adını almaktadır. Tipografide sadece harfler değil, matbaa ölçü birimleri ve baskı tekniklerinde kullanılan tüm işaretlemelerle sembollerde tipografi bilgisi ve teknolojisini gerektirmektedir.

Matbaacılık sisteminde ölçü birimi puntodur. Harflerin tüm ölçüm sistemleri punto üzerine kuruludur ve tüm dünyada geçerlidir. Sayfa tasarımı ve tipografik düzen arasında teknik ve sanat açısından önemli ilişkiler vardır. Her şeyden önce sayfalar çoğunlukla yazılardan oluşur, yazıların sayfalar içerisinde düzenlemelerinde de tipografi bilgisi gerekmektedir. Günümüz teknolojisinde yazıların sayfalara tahmini doldurulma biçimleri ortadan kalkmıştır. Tasarımcının yapacağı şey, konuya veya sayfaya uygun yazı karakterini seçmek ve sayfaya girecek olan resimle uyumlu bir görüntü oluşturmaktır.

Tipografi sayfa üzerindeki temel elemanların başında gelir. Yazı ve tipografik elemanlar hem içerik hem görsel etkiye sahip tasarım öğeleri olduğu için, mesajı bilgi olarak vermenin yanı sıra, görsel olarak da iletebilme özelliğine sahiptirler. Sayfa tasarımında yazı kullanımıyla ilgili olarak bazı basit kurallar bize yardımcı olabilir. Görsel hiyerarşi oluşturma konusunda tipografik özelliklerden yararlanmak tasarımcıya kolaylık sağlar. Örneğin başlık, alt başlık ve metin sıralaması sayfa üzerinde yaratılmaya çalışılan bir öncelik sırası sistemidir. Bu hiyerarşik düzenin kurulması için;

- Harf büyüklüklerini değiştirmek,
- Yazı karakterlerinin farklılıkları ile ayırıştırma yapmak,
- Aynı yazı karakteri kullanılsa dahi, bold veya italik gibi değişkenliklerden yararlanmak gerekir (www.cizgitasarim.com/gorsel-egitimler).

3.6. Sayfa Tasarımında Kullanılan Görseller

Sayfa tasarımlarında kullanılan, fotoğraf, illüstrasyon, grafik, diagram gibi malzemelerin tümü görsel malzeme olarak adlandırılmaktadır. Sayfa üzerindeki görsel hiyerarşinin oluşturulmasında etken faktörler şunlardır;

- Boyu
- Kapladığı alan,
- Yoğunluğu, koyu ve açık değerleri,
- İmajın kendi doğal dinamiği,
- Renk

Her görsel malzemenin kendine has bir sesi, tonu vardır. Pastel renklere sahip bir kar fotoğrafı, boyu ne kadar büyütülürse büyütülün, sayfada etkin, baskın bir değer oluşturmazken, sıcak ve yoğun renklere sahip çok daha küçük kullanılan diğer bir resim, sayfada çok daha önce algılanabilir. Bu durum ancak tasarımcının elindeki malzemeleri iyi ve doğru şekilde kullanabilmesi ile mümkündür. Günümüzde basın, yayın ve reklâmcılık alanında ürün veren sanatçılar değişik teknikleri ve stilleriyle çekici görsel imajlar yaratmaktadır. Gerçeküstü imajların oluşturulması, mizah duygusunun, doğallığın ve samimi bir atmosferin yaratılması aşamalarında illüstrasyonlar önemli rol oynamaktadır. Ayrıca illüstrasyonlar, fotoğraf ve diagram grafikleriyle birlikte kullanılabilir. Bu düzenlemeler, sayfa üzerinde güçlü bir dinamizm yaratmada etkili olabilir (Uçar 2004:162).

Sayfa tasarımı için oluşturulan grid (ızgara sistemi) üzerindeki elemanlar denge, görsel süreklilik, vurgu, çekicilik ve uyum gibi prensipler ışığında düzenlenmektedir.

4. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu araştırma ile, Türkiye’de yayınlanan 18 ulusal gazetenin ilk sayfalarının tasarımları göz önüne alınarak, kimlik oluşturma ve ayır edilebilirlik üzerine sonuca varmak istenilmiştir. Yayınların isimleri ve yayını animsattıcı öğeler (başyazar, vb.) çıkartılarak, her biri numaralandırılarak panoya asılmıştır. Öğrenciler tek tek laboratuara alınmış ve gazetelerle ilgili anketi yanıtlamışlardır. Bu yanıtlardan çıkan sonuçlar şöyledir:

4.1. Gazetelerin tanınması, bilinmesi

GAZETELER	N
Cumhuriyet	50
Zaman	45
Habertürk	44
Posta	36
Radikal	31
Milliyet	26
Sabah	16
Taraf	13
Hürriyet	11
Sözcü	10
Takvim	5
Türkiye	4
Yeni Şafak	3
Bugün	3
Star	2
Vatan	2
Tercüman	2
Akşam	1

Elde edilen sonuçların Tablo1. de sunulduğu gibi çalışmaya katılan tüm denekler Cumhuriyet gazetesini sayfa tasarımından tanımıştır. Beş kişi dışında 45 denek Zaman gazetesini, 44 denek Habertürk gazetesini ve 36 denek de Posta gazetesini doğru olarak işaretlemiştir. Radikal gazetesi 31, Milliyet gazetesi 26, Sabah gazetesi de 16 denek tarafından doğru olarak bilinmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, Cumhuriyet Gazetesinin tasarımı ve kimliği en çok tanınan gazete olduğu ortaya konmuştur. Cumhuriyet Gazetesinin öncelikle tipografik farklılığı sonra sayfa düzenindeki oturmuş sürekliliği onu diğer gazetelerden kolayca ayırt edilebilir kılmıştır.

Zaman Gazetesinin tanınabilirliği ise kullanılan renklerin ve yine alışılmış düzenli sayfa görünümünden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Habertürk Gazetesinin boyutunun normal gazete boyutundan farklı olması onu tanınır kılmıştır denebilir. Önemli bir oranla diğer gazetelerden daha çok tanınan bu 3 gazeteden yola çıkarak, bir yayında kimlik oluşturma ve tanınabilirliği en çok etkileyen öğelerin, Tipografi, sayfa düzeni, kullanılan renkler ve boyut olduğu sonucunu ortaya koyabiliriz. Birbiriyle karıştırılan gazetelerde durum şu şekildedir:

Star Gazetesini **Taraf** Gazetesine 21 kişi,

Posta Gazetesini **Takvim** Gazetesine 11 kişi,

Takvim Gazetesini **Posta** Gazetesine 9 kişi,

Yeni Şafak Gazetesini **Sabah** Gazetesine 8 kişi,

Vatan Gazetesini **Milliyet** Gazetesine 7 kişi,

Akşam Gazetesini **Tercüman** Gazetesine 7 kişi,

Türkiye Gazetesini **Akşam** Gazetesine 6 kişi,

Bugün Gazetesini **Akşam** Gazetesine 6 kişi,

Milliyet Gazetesini **Hürriyet** Gazetesine 5 kişi,

Hürriyet Gazetesini **Sabah** Gazetesine 5 kişi,

Sabah Gazetesini **Vatan** Gazetesine 4 kişi,

Taraf Gazetesini **Tercüman** Gazetesine 4 kişi,

Sözcü Gazetesini **Radikal** Gazetesine 4 kişi,

Zaman Gazetesine **Radikal** Gazetesine 3 kişi,

Radikal Gazetesini **Zaman** Gazetesine 3 kişi,

Tercüman Gazetesini **Radikal** Gazetesine 3 kişi,

Habertürk Gazetesini **Star** Gazetesine 1 kişi benzetmiş olup **Cumhuriyet** Gazetesi hiç bir gazete ile karıştırılmamıştır.

4. 2. Sayfa Tasarımı En Güzel Ve Başarılı Olan Gazeteler

Sayfa tasarımı en başarılı ve en güzel bulunan gazetelerin başında % 32 oranıyla **Zaman** Gazetesi gelmektedir. Ardından % 20 oranıyla **Habertürk**, % 18 oranıyla **Radikal**, % 16 oranıyla **Cumhuriyet**, % 5 oranlarında **Milliyet** ve **Bugün**, %2 oranıyla da **Yeni Şafak** ve **Sabah** gazeteleri gelmektedir.

Elde edilen verilerden tasarımında sadeliği, düzeni ve uyumu barındıran Zaman Gazetesinin gelmesi, deneklerin beğenisinin sayfa tasarımında belirli bir düzene sahip, renklerin doğru kullanıldığı ve uyumun olduğu tasarımların oluşturduğu sonucuna varılabilmektedir. Yine bu sonuçlar araştırmaya katılan öğrencilerin görsel hiyerarşiye verdikleri önemin yani her şeyin açık, net ve anlaşılabilir bir görsellikte olmasının yanı sıra beklentilerinin ve yaşam görüşlerinin her şeyin açık, net, temiz ve ölçülü

bir şekilde olması fikrinden kaynaklandığını göstermektedir.

4. 3. Sayfa Tasarımı En Farklı Gazete/ Gazeteler

Elde edilen verilere göre denek öğrencilere sunulan 18 gazete içinden tasarımı en farklı bulunan gazete, % 36 oranı ile Zaman Gazetesidir. Sayfa tasarımı farklı bulunan diğer gazetelerin oranları şu şekildedir: % 27 Cumhuriyet, % 16 Hürriyet, % 11 Habertürk, % 10 Posta, % 8 Taraf, % 4 oranlarında Hürriyet ve Yeni Şafak gazetesidir.

4. 4. En Farklı Gazeteler

Elde edilen yanıtlar sonucunda % 31 oranında Zaman ve % 30 oranında Cumhuriyet gazetelerinin diğer gazetelerden farklı olduğu ortaya çıkmıştır. Bunları % 13 oranında Radikal, % 11 oranında Habertürk, % 7 oranında Posta, % 5 oranında Star, % 3 oranında Sözcü gazeteleri takip etmiştir.

4. 5. Haber Fotoğrafını En İyi Kullanan Gazete

Araştırmaya katılan öğrencilerden alınan sonuçlardan elde edilen verilere göre % 23 oranında Zaman gazetesinin haber fotoğrafını en iyi şekilde kullandığı % 10 oranıyla Star ve Habertürk, % 8 oranıyla Vatan, % 7 oranıyla Cumhuriyet ve Taraf, % 6 oranıyla Sabah, % 5 oranıyla Milliyet ve Sözcü, % 4 oranıyla Türkiye ve Akşam, % 2 oranıyla Radikal, Yeni Şafak, Bugün, Takvim, % 1 oranıyla Hürriyet ve Posta gazetelerinin de onu takip ettiği görülmüştür. Denekler değerlendirmelerinde Tercüman Gazetesine hiç değinmemiştir.

4.6. Haber Fotoğrafını En Kötü Kullanan Gazete

Araştırmaya katılan öğrencilere göre, haber fotoğrafını en kötü şekilde kullanan gazete % 21 oranıyla Takvim gazetesidir. Diğerleri ise şu şekildedir; % 14 oranıyla Posta, % 13 oranıyla Hürriyet, % 8 oranıyla Star ve Cumhuriyet, % 6 oranıyla Radikal, % 5 oranıyla Tercüman, % 4 oranıyla Bugün, % 3 oranıyla Milliyet, Zaman, Sözcü, Habertürk, Yeni Şafak, Sabah, Taraf ve % 1 oranıyla Vatan ve Akşam Gazeteleri oluşturmuştur. Bu soruda denekler Türkiye Gazetesini göz ardı ederek

sıralamalarının dışında tutmuş bulunmaktadır.

4.7. En Okunaklı Gazete

Öğrencilere göre en okunaklı gazete : % 25 oranında Zaman ardından % 15 oranında Radikal ve % 13 oranında Cumhuriyet gazeteleri en başta yer almaktadır. % 9 oranında Habertürk, % 6 oranında Bugün, % 5 oranında Yeni Şafak ve Taraf, % 4 oranında Milliyet ve Vatan, % 3 oranında Sabah ve Hürriyet, % 2 oranında Star, Türkiye, Posta, % 1 oranında Akşam, Tercüman ve Takvim gazeteleri sıralamayı takip etmektedir. Sözcü Gazetesi deneklerin değerlendirmesinde göz ardı edilmiştir.

4.8. Haberlerin İzlenme Ortamı

Araştırmaya katılan deneklerden 30 kişi haberleri internetten, 10 kişi televizyondan, 5 kişi ise gazeteden takip ederken, radyodan kimsenin haberleri takip etmediği sonuçları çıkmaktadır. Geriye kalan 5 kişinin soruya cevap vermemesi haberleri takip etmediklerini düşündürmüştür.

4.9. Gazete Okuma Sıklığı

Araştırmaya katılan öğrencilerin % 45'i hergün gazete okuduğunu, % 33'ü 2 günde bir okuduğunu, % 11'i haftada bir okuduğunu, % 11'i de sadece hafta sonları gazete okuduğunu söylemiştir. Verilen yanıtlara göre gazete okumayan kişi yoktur. Buna karşılık 'her gün gazete satın alırsınız' sorusuna verilen yanıt, gazete okunmayla tezat oluşturmaktadır. Çünkü 50 öğrenciden sadece 5'i her gün satın almaktadır.

4.10. Takip Edilen (Okunan)Gazeteler

Araştırmaya katılan deneklerin takip ettiği gazetelerin sıralaması şöyledir: % 22 oranında Milliyet, % 17 Hürriyet, % 14 Habertürk, %12 Radikal, % 10 Cumhuriyet, % 6 Zaman, % 4 Vatan ve Taraf, % 3 Akşam ve Sabah, % 1 oranında ise Posta, Birgün, Sözcü, Tercüman ve Yeniçağ'dan oluşmaktadır.

TARTIŞMA

Araştırmada ele alınan 18 ulusal gazetenin birinci sayfalarının okuyucular tarafından tanınıp tanınmadığını, bunun kurumsal bir kimlik

ile olan bağlantısı incelenmiştir. Bu incelemede ulaşılan sonuçlar şu şekildedir:

Araştırma kapsamında ele alınan 18 gazeteye sayfa düzeni açısından bakıldığında, 3 gazete dışında farklı olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, Cumhuriyet gazetesi 50 kişi tarafından tanınıp, ayırt edilebilmiştir. Ardından, 45 kişi ile Zaman gazetesi, 44 kişi ile Habertürk gazetesi sıralamada yerini almıştır. Diğer 15 gazete birbirleri ile karıştırılmışlardır.

Cumhuriyet Gazetesinin tasarımı ile kimlik oluşturduğunu ve en çok tanınan gazete olduğu ortaya konmuştur. Cumhuriyet gazetesinin öncelikle tipografik farklılığı sonra sayfa düzenindeki oturmuş sürekliliği onu diğer gazetelerden kolayca ayırt edilebilir kılmıştır. Zaman Gazetesinin tanınabilirliği ise kullanılan renklerin ve yine alışılmış düzenli sayfa görünümünden kaynaklandığını söylenebilir. Habertürk Gazetesinin boyutunun normal gazete boyutundan farklı olması ve ilk sayfadaki kağıt farklılığı onu tanınır kılmıştır.

Deneklere panoda gördükleri 18 ulusal gazetesinin birinci sayfalarından tasarımı en güzel ve başarılı olanları sordüğümüzda ise % 32 oranıyla Zaman Gazetesi gelmektedir. Ardından % 20 oranıyla Habertürk, % 18 oranıyla Radikal, % 16 oranıyla Cumhuriyet, % 5 oranlarında Milliyet ve Bugün, % 2 oranlarıyla da Yeni Şafak ve Sabah gazeteleri gelmektedir.

Elde edilen verilerden tasarımında sadeliği, düzeni ve uyumu barındıran Zaman gazetesinin gelmesi, okuyucuların beğenisinin sayfa tasarımında belirli bir düzene sahip, renklerin doğru kullanıldığı ve uyumun olduğu tasarımların oluşturduğu sonucuna varılabilmektedir. Yine bu sonuçlar araştırmaya katılan denek öğrencilerin görsel hiyerarşiye verdikleri önemin yani her şeyin açık, net ve anlaşılabilir bir görsellikte olmasının yanı sıra beklentilerinin ve yaşam görüşlerinin her şeyin açık, net, temiz ve ölçülü bir şekilde olması fikrinden kaynaklandığını göstermektedir.

Öğrenciler sunulan 18 gazete içinden tasarımını en farklı buldukları gazeteleri şöyle sıralamaktadırlar; % 36 oranı ile Zaman gazetesi, % 27 Cumhuriyet, % 16 Hürriyet, % 11 Haber-

türk, % 10 Posta, % 8 Taraf, % 4 oranlarında Hürriyet ve Yeni Şafak gazeteleridir.

Denekler bu araştırmada panoda yer alan gazetelerden 7'sini diğer gazetelerden farklı olarak belirlemişlerdir. Elde edilen yanıtlar sonucunda % 31 oranında Zaman ve % 30 oranında Cumhuriyet gazetelerinin diğer gazetelerden farklı olduğu ortaya çıkmıştır bunları % 13 oranında Radikal, % 11 oranında Habertürk, % 7 oranında Posta, % 5 oranında Star, % 3 oranında Sözcü gazeteleri takip etmiştir. Önemli bir oranla Zaman ve Cumhuriyet gazeteleri diğer tüm gazetelerden farklı bulunmuştur. Bunun sonucunda Türkiye'de yayım yapan çoğu gazetenin aynı olduğu sonucuna varılabilir.

Gazetelerin okunaklılık oranında ise denek öğrencilere göre en okunaklı gazete Zaman gazetesi ardından, Radikal ve Cumhuriyet gazeteleri yer almaktadır. Alınan sonuçtaki oranlar şöyledir; % 25 oranında Zaman ardından % 15 oranında Radikal ve % 13 oranında Cumhuriyet gazeteleri en başta yer almaktadır. % 9 oranında Habertürk, % 6 oranında Bugün, % 5 oranında Yeni Şafak ve Taraf, % 4 oranında Milliyet ve Vatan, % 3 oranında Sabah ve Hürriyet, % 2 oranında Star, Türkiye, Posta, % 1 oranında Akşam, Tercüman ve Takvim gazeteleri sıralamayı takip etmektedir.

Gazetelerin okunaklılığı öncelikle tipografi ardından düzenli bir yapıya sahip olan sayfa tasarımlarıyla ilgilidir. Buna göre elde edilen bulgularda Zaman gazetesi en okunaklı gazete olurken Akşam, Tercüman ve Takvim gazeteleri en sonlarda yer almışlardır. Buradan yola çıkarak yine sade ve düzenli bir tasarımın gazetenin okunaklılık oranlarını önemli bir farkla etkilediği sonucuna varılabilmektedir.

Denek öğrencilerden 30 kişi haberleri internetten, 10 kişi televizyondan, 5 kişi ise gazeteden takip ederken, radyondan ise kimsenin haberleri takip etmediği sonuçları çıkmaktadır.

Deneklerin haberleri internetten takip etme nedenleri genellikle kolay ve hızlı ulaşılabilir olması ön sebepleriyle, ucuz ve zaman kısıtlamasının olmaması diğer sebepleri arasında yer almaktadır. Televizyondan takip etme nedenlerinde ise görsel ve sesli sunumun etkisi gösterilmektedir. Gazeteden takip etme nedenlerinin

de günlük ve düzenli olması ortaya sunulmuştur. Radyonun artık eskisi gibi etkili bir yayın aracı olmaması ve haberleri kısa bir şekilde özetlemesi ayrıca görsel desteğinin olmaması haber takip sürecinde yer almamasının sebepleri arasındadır.

Elde edilen bulgulardan yola çıkarak deneklerin habere kolay ulaşılabilirliği, zaman ve maliyet kaygısı gütmeyen her an haberleri takip edebilme durumlarından dolayı interneti tercih ettikleri önemli ölçüde ortaya çıkmıştır. Şüphesiz gazete okuma alışkanlığının yerini yeni teknoloji hizmetlerinin aldığı görülmektedir. Bu durum karşısında basılı medyanın gücünü kaybettiği buna bağlı olarak da yayının sahipleri tarafından basılı medyadaki sayfa düzenine gerekli ölçüde önem verilmediği düşünülebilir.

Araştırmaya katılan denek öğrencilerin gazete okuma sıklıkları ise şöyledir; % 45 oranında hergün gazete okudukları, % 33 oranında 2 günde bir gazete okudukları, % 11 oranında haftada bir gazete okudukları, % 11 oranında ise sadece hafta sonları gazete okudukları sonuçlarına varılmaktadır. Verilen yanıtlara göre gazete okumayan kişi yoktur. Araştırmaya katılan deneklerin en fazla takip ettiği gazetelerin sıralaması ise şöyledir: % 22 oranında Milliyet, % 17 Hürriyet, % 14 Habertürk, % 12 Radikal, % 10 Cumhuriyet.

Bu sonuçlara göre her gün gazete okuyan öğrencilerin en fazla takip ettiği gazete olan Milliyet'i sayfa tasarımından ayırt edememeleri ilginçtir.

SONUÇ

Bu çalışmanın sonucunda, araştırma kapsamına alınan 18 ulusal gazete içinde sadece 3 gazete tanınmakta ve sayfa tasarımıyla diğer gazetelerden ayır edilebilmektedir. Bir anlamda kurumsal kimlikleri sayfa tasarımlarıyla oturmuş 3 gazete denilebilir.

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü son sınıf öğrencilerinin katılımı ile laboratuvar ortamında gerçekleştirilen gazetelerin birinci sayfalarının, ayırdedilebilirlik ve tanınabilirlik durumları hakkında, ulusal basında yer alan Cumhuriyet, Zaman, Habertürk gazetelerinin kurumsal kim-

lik tasarımlarının diğer 15 gazeteye oranla ayırdedilebilir ve denekler tarafından tanınabilir olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Diğer 15 gazetenin ise sayfa tasarımlarının ve yaygın kimliklerinin tanınabilir olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan öğrenciler arasında en fazla okunan 2 gazete Milliyet ve Hürriyet gazeteleri, sayfa tasarımlarıyla tanınmamış; çok büyük farkla tanınan Cumhuriyet ve Zaman gazetesi de okunma oranı düşük gazeteler arasında yer almıştır. Bu çelişkili durum öğrencilerin gazete satın almaması ve internet üzerinden gazete okumaları dolayısıyla sayfa tasarımı hakkında yeterince bilgi sahibi olmamaları ile açıklanabilir.

Bir başka yorum da şöyle olabilir; gazeteler sayfa tasarımları ile kurum kimliğini oluşturmuş olsalar bile bu durum, satış ya da okunma için yeterli olmamaktadır. En beğenilen, en farklı ve hemen ayırt edilebilen sayfa tasarımı, tek başına gazetenin satışında ve okunmasında yeterli olmamaktadır. Gazetelerin internet sayfasından okunması, belirli bir alışkanlığın sürdürülmesi ve sadece haber okumak amacıyla nete girilmesi de çalışmanın sonucunu etkilemiş olabilir. Ayrıca içeriğin ve yaygın politikasının da tercihte önemli payı olduğu düşünülmektedir.

Farklı gruplar üzerinde yapılacak benzer araştırmalar, bu konu üzerinde yeni sonuçlar verebilir.

SONNOT

(1) Aynı içerikteki çalışma sadece öğretim elemanları üzerinde Doç. Dr. Filiz Tiryakioğlu tarafından yapılmıştır.

KAYNAKLAR

Alpan G B (2005) Görsel İletişim, YA-PA Yayını, İstanbul.

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

Garcia M R (1997) Contemporary Newspaper Design, Prentice Hall, New Jersey.

İstek R (2004) Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni, Pusula Yayınları, İstanbul.

Ketenci H F ve Bilgili C (2006) Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.

Korkmaz A (2007) Yazılı Basında Kurum Kimliğinin Oluşturulması, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Derg,17, 385-391.

Okay A (2003) Kurum Kimliği, MediCat Kitapları, İstanbul.

Sarıkavak N K (2004) Çağdaş Tipografinin Temelleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Seçim F (1996) Halkla İlişkilerde Basım ve Yayım Teknikleri, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir.

Seçim F (1996) Sayfa Tasarımı (Yayınlanmamış Ders Notları), Anadolu Üniversitesi İBF, Eskişehir.

Taş O (1993) Çağdaş Gazete Tasarımı, Makro Ltd. Sti. Eğitim Yayınları, Ankara.

Teker U (2003) Grafik Tasarım ve Reklam, Dokuz Eylül Yayınları, 3. basım, İzmir.

Uçar T F (2004) Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkilap Yayınevi, 3. basım, İstanbul.

Uztuğ F (2002) Halkla İlişkilerde Uygulama Teknikleri, Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını. Eskişehir.

White W A (2002) The Elements Of Graphic Design, Allworth Pres, New York.

www.cizgitasarim.com/gorsel-egitimler

Zillioğlu M (2003) İletişim Nedir?, Cem Yayınevi, 2. basım, İstanbul.