

**GAZETELERDEKİ BİLGİ GRAFİKLERİNİN
İNCELENMESİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Ferda BAŞGÜN

Kütahya-2012

T.C
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Grafik Ana Sanat Dalı

Yüksek Lisans Tezi

GAZETELERDEKİ BİLGİ GRAFİKLERİNİN İNCELENMESİ

Danışman
Doç. Dr. Levent MERCİN

Hazırlayan
Ferda BAŞGÜN

Kütahya - 2012

Kabul ve Onay

Ferda BAŞGÜN'ün hazırladığı “Gazetelerdeki Bilgi Grafiklerinin İncelenmesi” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

...../...../2012

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Doç. Dr. Levent MERCİN (Danışman)		
Yrd. Doç. Dr. Mahmut AYHAN		
Yrd. Doç. Dr. Selma ŞAHİN		

Doç. Dr. Fatih ÇELEBİOĞLU
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Gazetelerdeki Bilgi Grafiklerinin İncelenmesi” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Ferda BAŞGÜN

...../...../2012

Özgeçmiş

1985 yılında Diyarbakır’da doğdu. Çocukluk yıllarını Diyarbakır, Malatya ve Elazığ’da geçirdi. Lise öğrenimini Elazığ İmam Hatip Lisesinde tamamladı. 2004 yılında Fırat Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Grafik Bölümünü kazandı. 2006 yılında bölüm ikinciliğiyle mezun oldu. 2006 yılında dikey geçiş sınavıyla Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümünü kazandı. 2009 yılında fakülte birinciliği ile mezun oldu. 2010 yılında Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü yüksek lisans programına başladı. Aynı yıl içerisinde başladığı Dumlupınar Üniversitesi Pedagojik Formasyon Programını 2011 yılında başarıyla tamamladı. 2011 yılında Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak Emin Gülmez Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Tasarım Bölümünde, Öğretim Görevlisi olarak göreve başladı. Halen Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak Emin Gülmez Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Tasarım Bölümünde görevini sürdürmektedir.

ÖZET

GAZETELERDEKİ BİLGİ GRAFİKLERİNİN İNCELENMESİ

BAŞGÜN, Ferda

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Ana Sanat Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Levent MERCİN

Temmuz, 2012, 120 sayfa

Bu araştırmada, Türkiye’deki ulusal gazetelerde kullanılan bilgi grafikleri (infografikler) incelenmiştir. Ayrıca elde edilen veriler ışığında kadına yönelik şiddet ile sağlık sektöründeki şiddet konularına ilişkin infografik uygulamaları yapılmıştır. Araştırmada, genel tarama modellerinden ilgili literatürün incelenmesi ile nitel yöntemlerden doküman incelemesi ve görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda Radikal, Zaman, Hürriyet, Milliyet, Sabah gazetelerinde görev yapan görsel yönetmen ve grafik tasarımcılarla görüşülmüştür. Görüşmede yarı yapılandırılmış açık uçlu görüşme soruları kullanılmıştır.

Tarama yöntemiyle tipografi, illüstrasyon, piktogram, diyagram, fotoğraf, renk, kompozisyon gibi unsurlar ile infografiklerin Dünya’da ve Türkiye’de kullanımı her geçen gün kullanımı artan infografiklerin önemi, kullanım alanları, kullanım yöntemleri araştırılmıştır. Bu amaca yönelik olarak Türkiye’de yayınlanan gazetelerden infografiklere sık yer veren Radikal, Hürriyet, Milliyet, Zaman, Sabah’ın 2011 yılı Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında yayınlanan sayıları araştırmanın sınırlılığını oluşturmuştur.

Bilgi grafiği (infografik) bilgi ve grafiğin beraber sunulmasıdır. Burada önemli olan nokta bilginin metinden çok görsellerle pekiştirerek sunulması ve anlaşılır kılınmasıdır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre; Türkiye’de yayınlanan gazetelerden infografiklerin sayfalara ve haberlerin içeriğine göre kullanım alanları, kullanım yoğunlukları ve şekillerinin farklılıklar gösterdiği söylenebilir. 2011 Temmuz, Ağustos, Eylül sayılarına göre toplamda en fazla infografik kullanımına en çok Hürriyet gazetesi en az Sabah gazetesinde yer verilmiştir. Kullanılan infografikler Zaman, Radikal, Sabah ve Milliyet gazetelerinde en fazla ekonomi sayfalarında yer alırken, Hürriyet gazetesinde ise manşet sayfasında yer almıştır. Diğer sayfalardaki kullanımları ise gazetelere göre farklılıklar göstermektedir.

Görüşme tekniğiyle elde edilen sonuçlara göre, infografik kullanımı daha çok editörlerin kararına bağlıdır. Haberlerin infografiklerle sunulması, haberin içeriğine ve ulaşılabilirlik görselin durumuna göre değişmektedir. Ayrıca haberi getiren muhabirin tasarımcıya haberi sunuş şekli de infografiklerin kullanımını önemli ölçüde etkilemektedir. Dünyada her geçen gün önemi daha da artan infografikler, farklı tekniklerden yararlanarak tasarlanmalı ve akılda kalıcılığı sağladığı için ulusal gazetelerde bilgi aktarım aracı olarak kullanımı yaygınlaştırılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Grafiği (İnfografik), Haber, Gazete, Grafik Tasarım, Görsel İletişim

ABSTRACT

THE STUDY OF INFOGRAPHICS IN THE NEWSPAPERS

BASGUN, Ferda

M.A. Thesis, Department of Graphic Arts

Thesis advisor : Asst. Prof. Dr. Levent MERCİN

July, 2012, 120 pages

In this research ,the infographics, used on the national Turkish newspapers, have been studied. Furthermore , in the light of obtained data infographics application have been done about the violence to women and the violence in health sector. In the research studying on related works from the general scanning model and the document analysis and interview technique from the qualitative methods have been used. In this context visual directors and graphic designer who work in Radikal, Zaman, Hurriyet, Milliyet and Sabah newspapers have been interviewed. In the interview, semi structured open ended interview questions have been asked.

With scanning models typography, illustration, pictogram, diagram, photograph, color, composition etc. and the use of infographics in the world and in Turkey, the importance of increasing the use of infographics more and more , area of usage and using methods have been investigated. For this purpose from the newspapers published in Turkey, which give place to the infographics frequently like Radikal, Hurriyet, Milliyet, Zaman and Sabah and their issues published on July, August and September in 2011 have formed the constraints of the study.

Information graphics is presented together with information and graphic. In this point,the most important thing here is presenting of information with visuals rather than text and making it possible to be understandable. According to the data has been got from the study, it can be said that infographics ranges from the published newspapers in Turkey, area of usage of infographics according to the pages and the context of the news, the frequency of usage and the forms. According to the issues of the months July, August and September in the year 2011, in total, Hurriyet was the newspaper which gave place to infographics most, and Sabah was the newspaper which gave to infographichs the least. Infographics were mostly used in economics page while it was on front page on Hurriyet. On the other pages the usage shows differences to the newspapers.

According to the results from interview techniques, the use of infographics mostly depends on the decision of the editors. Presenting the news with infographics ranges from the context of the news and the situation of the visual's accessibility. Furthermore the way of presenting the news of the reporter to the designer affect the usage of infographics dramatically. Infographics has an importance increasing more and more, which should be designed by using different techniques and should become widespread the usage of infographics as a data transferring vehicle in the national newspapers as they are easily-remembered.

Key Words: Information graphic (infographic), News, Newspaper, Graphic Design, Visual Communication

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
RESİMLER LİSTESİ.....	x
TABLOLAR LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HABER VE ÖZELLİKLERİ

1.1. GAZETE HABERCİLİĞİ VE HABERLERİN ÖZELLİKLERİ	4
1.2. HABER KAVRAMI.....	4
1.2.1. Haberin Tarihsel Gelişimi.....	5
1.2.2. Sözlü Haber.....	5
1.2.3. Yazılı Haber	6
1.2.4. Elektronik - Dijital Haber	8
1.2.5. İnternet Haberciliği/Gazeteciliği.....	9
1.3. HABER TEKNİĞİ AÇISINDAN İLETİŞİM ORTAMINDAKİ FARKLILIKLAR	10
1.4. HABERİN BİÇİMSEL AÇISI BAKIMINDAN FARKLILIKLAR.....	11
1.5. HABER TÜRLERİ.....	14

İKİNCİ BÖLÜM

SAYFA TASARIMI

2.1. SAYFA DÜZENİ	17
2.1.1. Sayfa Düzeni ve Maket Hazırlama	18
2.1.2. Sayfa Düzeni Neden Önemlidir	19
2.1.3. Sayfa Düzeninin Temel Amaçları.....	20

2.1.4. Sayfa Düzeninde Temel Belirleyiciler.....	20
2.1.5. Sayfa Düzeni İşlemleri.....	21
2.2. SAYFA DÜZENİNDE ANA YAKLAŞIMLAR.....	22
2.2.1. Klasik Sayfa Düzeni	23
2.2.2. Çağdaş Sayfa Düzeni	23
2.2.3. İnfografik Sayfa Düzeni.....	24
2.2.4. Sayfa Düzenlemesinde Dikkat Edilecek Unsurlar.....	26
2.2.5. Görsel Malzeme Düzenleme.....	29
2.2.6. Görsel Materyallerin Temini ve Bilgisayara Aktarılması.....	34

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İFOGRAFİK (BİLGİ GRAFİĞİNİN) KULLANIMI

3.1. BİLGİ GRAFİĞİ (İFOGRAFİK)	38
3.2. BİLGİ GRAFİĞİ (İFOGRAFİK) NEDİR?	39
3.2.1. İnfografik Çeşitleri.....	41
3.3. BİLGİ GRAFİĞİNİN (İFOGRAFİĞİN) TARİHİ.....	42
3.3.1. Görsel Dilin Gelişimi.....	42
3.3.2. İlk Deneyimler	44
3.4. BİLGİ GRAFİĞİ (İFOGRAFİK) UYGULAMALARI	46
3.4.1. Bilgi Grafiğinin Yapımında Kullanılan Grafik Uygulamalarına Genel Bakış	46
3.4.2. Bilgi Grafiği (İnfografik) Tasarlanırken Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar	49
3.4.3. Bilgi Grafiği (İnfografik) Tasarımındaki Anahtar Noktalar	50
3.4.4. Dünya ve Türkiye’de Bilgi Grafiği (İnfografik).....	51
3.4.5. Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafikleri (İnfografikler).....	53

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
HÜRRİYET, MİLLİYET, RADİKAL, SABAH VE ZAMAN GAZETELERİNDE
KULLANILAN BİLGİ GRAFİKLERİNİN (İFOGRAFİKLERİN)
İNCELENMESİNE, GÖRÜŞME SORULARINA İLİŞKİN BULGULAR VE
YORUMLAR

4.1. HÜRRİYET, MİLLİYET, RADİKAL, SABAH VE ZAMAN	
GAZETELERİNDE KULLANILAN BİLGİ GRAFİKLERİNİN	
(İFOGRAFİKLERİN) TEMMUZ, AĞUSTOS, EYLÜL 2011	
SAYILARININ İNCELENMESİ,	59
4.2. GÖRÜŞME SORULARINA İLİŞKİN BULGULAR VE YORUMLAR.....	74
4.2.1. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik	
Tasarımcıların İnfografikleri Gazetelerinde Kaç Yıldır Kullandıklarına	
İlişkin Görüşleri	74
4.2.2. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik	
Tasarımcıların Gazetelerinde İnfografikleri Kullanmaya Başlama	
Nedenlerine İlişkin Görüşleri.....	76
4.2.3. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik	
Tasarımcıların Çalıştıkları Gazetelerde Hangi Haberler İçin İnfografik	
Kullanımını Tercih Ettiklerine İlişkin Görüşleri.....	77
4.2.4. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik	
Tasarımcıların Çalıştıkları Gazetelerde İnfografik Uygulamaları Hangi	
Teknik veya Tekniklerle Yapıldığına İlişkin Görüşleri	79
4.2.5. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik	
Tasarımcıların, İnfografikler Tasarlanırken, Tasarım Eleman ve İlkelerinden	
Hangilerine Daha Çok Dikkat Ettiklerine İlişkin Görüşleri.....	84
4.2.6. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik	
Tasarımcıların, Çalıştıkları Gazetelerdeki İnfografikleri, Ne Kadar Sıklıkta	
Kullandıklarına İlişkin Görüşleri	86
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	89
KAYNAKÇA	104
DİZİN	107

RESİMLER LİSTESİ

Sayfa

Resim 1.1: Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafiği (İnfografik Örneği)	14
Resim 2.1: Gazete Sayfalarında Kullanılan Fotoğraflara Örnek.....	32
Resim 2.2: Gazete Sayfalarında Kullanılan İllüstrasyonlara Örnek.....	33
Resim 2.3: Gazete Sayfalarında Kullanılan Tipografiye Örnek.....	34
Resim 3.1: İnfografik Tasarım Örnekleri	39
Resim 3.2: İnfografik Haber Örnekleri	40
Resim 3.3: Durağan İnfografik Örneği.....	42
Resim 3.4: Sosyal Konular İçin Tasarlanan İnfografik Örnekleri.....	44
Resim 3.5: Tipografinin Belirgin Şekilde Kullanıldığı İnfografiklere Örnekler.....	46
Resim 3.6: Fotoğrafın Kullanıldığı İnfografiklere Örnek	48
Resim 3.7: Fotoğrafın Kullanıldığı İnfografiklere Örnek	49
Resim 3.8: Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafiklerine Örnek	56
Resim 3.9: Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafiklerine Örnek	57
Resim 4.1: Hürriyet Gazetesinde Manşet Sayfasında Kullanılan Türkiye'nin Sayıları Başlıklı İnfografik Örnekleri.....	61
Resim 4.2: Zaman Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örneği.....	63
Resim 4.3: Sabah Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örnekleri.....	63
Resim 4.4: Sabah Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örnekleri.....	64
Resim 4.5: Hürriyet Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örneği	67
Resim 4.6: Radikal Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örneği.....	70
Resim 4.7: Hürriyet Gazetesinde Yer Alan İnfografik Haberleri.....	80
Resim 4.8: Grafik Tasarımcı Koray Nergiz'in İnfografik Çalışmaları	81
Resim 4.9: Radikal Gazetesinde Yer Alan İnfografik Haberleri.....	82
Resim 4.10: İbrahim Sarı'nın İnfografik Çalışmaları.....	83
Resim 4.11: Zaman Gazetesinde Yer Alan İnfografikler	84

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 4.1: Haber Türlerine Göre Kullanılan İnfografiklerin Gazetelere Göre Dağılımı - Temmuz 2011.....	60
Tablo 4.2: Haber Türlerine Göre Gazetelerdeki İnfografik Dağılımı - Temmuz 2011..	62
Tablo 4.3: Haber Türlerine Göre Kullanılan İnfografiklerin Gazetelere Göre Dağılımı - Ağustos 2011.....	64
Tablo 4.4: Haber Türlerine Göre Gazetelerdeki İnfografik Dağılımı - Ağustos 2011...	66
Tablo 4.5: Haber Türlerine Göre Kullanılan İnfografiklerin Gazetelere Göre Dağılımı - Eylül 2011	67
Tablo 4.6: Haber Türlerine Göre Gazetelerdeki İnfografik Dağılımı - Eylül 2011	69
Tablo 4.7: Aylara Göre Gazetelerdeki Toplam İnfografik Kullanım Oranları	71
Tablo 4.8: Aylara Göre Gazetelerdeki Toplam İnfografik Kullanımlarının Gazeteler Arasındaki Oranları	72

TEZ METNİ

GİRİŞ

Araştırmanın Problemi

İletişim, duygu, düşünce ve bilgilerin farklı yollarla insanlara aktarılmasıdır. Eski çağlardan bu yana da iletişim sürekli gelişmekte ve önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Özellikle gelişen teknolojiyle beraber, kitle iletişim araçları sürekli bir değişim ve gelişim içerisinde. Basılı iletişim ve bilgi kaynaklarından biri olan gazeteler, iletişim araçları içerisindeki önemini, internet ortamını da yaygın bir şekilde kullanarak, korumakta ve tercih edilir kılmaktadır.

Her gün yeni programların çıkması, özellikle grafik tasarım alanındaki yenilikler gazetelerde sayfa düzeninde kullanıldığı gibi haber anlatımını da önemli ölçüde etkilemektedir.

Bir haber kaynağı olan gazeteler, ulusal ve yerel haber kaynakları arasında yer almaktadır. Özellikle uzun ve detaylı haberlerin yer aldığı gazetelerde; haberin okuyucu tarafından anlaşılması önemli detaylar arasındadır. Ayrıca daha fazla okuyucuya ulaşabilmek, okuyucunun dikkatini çekebilmek ve rakiplerine oranla haberleri daha farklı sunabilmek ve bilgileri kalıcı kılabilme de gazetelerin hedefleri arasındadır. Ancak haberler sadece metin olarak okuyucuya sunulduğu zaman haberin anlaşılma durumu ve okunma düzeyi düşerken, bilgi grafikleri ile aktarılan haberlerde anlaşılabilirlik ve okunma düzeyinin daha yüksek ve kalıcı olduğu söylenebilir. Buna rağmen, daha pratik olması açısından gazetelerde daha çok metinle haberlerin anlatılma şeklinin tercih edilmesi, haberlerin anlaşılabilirlik düzeyini azaltmakta ve okuyucuyu sıkıkmaktadır. Okuyucu sıkıcı uzun bir haberle karşılaşınca eğer fotoğraf kullanılmışsa fotoğrafa bakıp, en fazla fotoğraf altındaki kısa yazıyı okuyarak haberi atlamaktadır. Bu durumda mesaj hedef kitleye tam olarak ulaşmadığı için anlaşılabilirlik ve okunma düzeyi üzerinde bir problem oluşturduğu söylenebilir. Buradan hareketle, infografiklerin ulusal gazetelerde hangi sayfalarda ve ne düzeyde kullanıldığını, hangi tekniklerle oluşturulduğunu; neden infografiklere gereksinim duyulduğunu, kullanımına kimin veya kimlerin karar verdiğini belirlemek ve buna göre öneriler geliştirmek bir ihtiyaç olarak görülmüştür.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’deki ulusal gazetelerde kullanılan bilgi grafiklerini (infografikler) incelemektir. Bu amaca bağlı olarak;

- Infografiklerin hangi haber türlerinde kullanıldığı?
- Neden infografik kullanıldığı?
- Infografiklerin ne kadar sıklıkla kullanıldığı?
- Tasarımcıların infografikleri tasarlarken karşılaştıkları problemlerin neler olduğu?
- Türkiye’deki ulusal gazetelerin infografiklere ne derece önem verdikleri?
- Türkiye’deki ulusal gazetelerin hangi yöntemlerle infografikleri sundukları?
- Türkiye’deki ulusal gazetelerin infografiklerde hangi noktalara dikkat ettikleri? sorularına da yanıtlar aranmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, genel tarama modellerinden ilgili literatürün incelenmesi ile nitel yöntemlerden doküman incelemesi ve görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.

Çalışma Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini; 2011 yılında Türkiye’de yayınlanan ulusal gazeteler, örneklemine ise Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında Radikal, Sabah, Zaman, Hürriyet ve Milliyet gazeteleri oluşturmuştur.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, Türkiye’deki Radikal, Hürriyet, Zaman, Sabah ve Milliyet gazetelerinin 2011 yılındaki Temmuz, Ağustos ve Eylül sayıları ile sınırlıdır.

BİRİNCİ BÖLÜM
HABER VE ÖZELLİKLERİ

1.1. GAZETE HABERCİLİĞİ VE HABERLERİN ÖZELLİKLERİ

Haber, yaşam içinde meydana gelen olaylar, kişiler, çeşitli oluşumlar hakkındaki en yeni ve ilgi çekici bilgi olarak düşünülmektedir (Önal, 2077:100).

Bir gazete içinde en önemli öge ise haberdur. Gazetenin temel işlevi de haberleri okuyucuya ulaştırmaktır. Her gazete kendi izlediği doğrultuda haber toplamakta, kendi kuralları içinde haberleri değerlendirmektedir (Dağlı, 1995: 44).

1.2. HABER KAVRAMI

Kavram olarak haber, Arapça bir sözcüktür. Mustafa Nihat Özön, Osmanlıca-Türkçe sözlüğünde haberi, "Bir olayda bulunmayanlara onun hakkında verilen bilgi" diye tanımlar (Dağlı, 1995: 44). Ayrıca haberin en genel tanımı, Oliver Wendel Holmes'in ünlü hukuk tanımından da çıkartılabilir. Holmes'e göre, hukuk, mahkemelerde ne derlerse odur, benzer bir biçimde de, haber; haber müdürleri ve gazetecilerin dediğidir. Bir başka deyişle haber, "gazetecinin önemli bulduğu ya da onun okuyucular/izleyiciler tarafından önemli ve ilginç bulunacağını sandığı fikirlerden oluşmaktadır" (Akçalı, 1998: 17).

ABD'deki New York Sun Gazetesi'nin 1869-1897 yılları arasında editörlüğünü yapan Charles A. Dana, haberi, "Toplumun büyük kesiminin ilgisini çeken ve daha önce toplumun dikkatine sunulmayan her şey olarak tanımlamaktadır (İletişim, 1994: 5).

Haberin insan hayatında önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkması ve haberin taşınması amacıyla bazı yeniliklerin ve teknolojilerin kullanılma aşamaları daha ayrıntılı incelenmesi gereken bir konudur. Fakat haberi daha iyi tanımak için bu süreçler ile ilgili bazı noktaları ele almakta fayda vardır. Bu uzun süreç içinde haberin kullanımı artmış, kullanım amaçları çeşitlenmiş ve yeni teknolojiler sayesinde bazı değişikliklere uğramıştır. Bu değişiklikler üzerinde zamanın ve gelişen teknolojik imkanların etkisi oldukça yüksektir.

1.2.1. Haberin Tarihsel Gelişimi

İletişim, yazılı, sözlü ve sözsüz mesajlarla anlamları aktarma sürecidir. İletişim, konuşma, hareket veya yazı ile bilgi, işaret ve mesaj iletimi yada değişimidir. İletişim bir bakıma, bilgi üretme, üretilen bilgiyi yorumlama ve onu aktarma sürecidir (Demir, 2007: 24).

Daha kapsamlı bir tanım yapılacak olunursa iletişim, “mesaj, gönderici ve mesajı alan olmak üzere, üç önemli unsuru olan ve bilgi, deneyim, duygu, görüntü veya sesin iletilmesi ve işlenmesi sürecidir”.

İletişimdeki temel amaç aslında bilginin aktarımı, yani haberleşmeye dayanır. Haberleşme kişiler arasındaki iletişimi sağlayan temel taşlardandır. Böylece geçen zamanla birlikte haberin önemi ve aktarım şekilleri de zamana paralel olarak değişime uğramıştır. Haberin geleceği, haberin yayınlanmasının ardından gereksinim duyulduğu anda erişilebilir ve kullanılabilir biçime dönüştürülmesini sağlayan işlemlerin sonuçlandırılması olarak ifade edilmektedir (Önal, 2007: 100). Haberin insan hayatında önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkması ve haberin taşınması amacıyla bazı yeniliklerin ve teknolojilerin kullanılması haberciliğin zaman içerisindeki değişimini ve gelişimini şekillendirmiştir.

1.2.2. Sözlü Haber

İnsanı insan yapan, diğer canlı türlerinden ayıran özelliklerin en önemlisi şüphesiz insanların konuşma yeteneğine sahip olmasıdır. İnsanın uzunca bir zaman süreci içerisinde geliştirdiği bu yetenek, ona diğer canlı türleri arasından sıyrılıp üstün bir varlık olma özelliğini kazandırmıştır. Konuşma, insanın anlık deneyimleriyle edindiği bilgileri başka sorunların çözümünde kullanabilmesine, başka insanların deneyimlerinden yararlanabilmesine, karşılaştığı sorunların çözümünde bunları kullanabilmesine olanak sağlamıştır. Konuşabilen, yani sözlü olarak haberleşebilen insan, kendinden öncekilerin biriktirdiği bilgileri kazanıyor buna kendi bilgilerini katıyor ve tüm bu deneyimleri kendinden sonra gelenlere aktarabiliyordu (Mazlum, 2006: 14). Bu olgu sözlü haberin bir örneğini teşkil etmiştir.

Haber, sadece teknolojiye daha doğrusu kitle iletişim araçlarına bağlı olarak oluşmuş değildir. Haberin yazılmadığı, bir araç üzerinden iletilmediği dönemlerde haber, bizzat insanlar tarafından taşınmıştır. Yani haber bu dönemde, anlatılan kişilerin fiziksel varlıkları ile var olan, onlara bağlı olarak yayılımı sağlanan bir olgudur. Bu dönemi en iyi simgeleyen olay maraton koşucusunun öyküsüdür. Teknolojilerin yaygın olarak kullanılmadığı, okuma ve yazma oranlarının düşük olduğu bazı bölgelerde halen haberin dolaşımı insanlar tarafından gerçekleştirilmektedir. İnsanların yaşamlarını çok basit bir şekilde az bir bilgi ile sürdürdükleri dönemlerde, bu tecrübeyi ve bilgiyi başkasına iletmek için en basit işaretler yetmekteyken, bilgi ve tecrübe arttıkça bunun sözlü olarak aktarılması da güçleşmiştir (Akçalı, 1998: 22). Bu gereksinim haberleşmede yeni yöntemlerin kullanılmasına yol açmıştır.

1.2.3. Yazılı Haber

Sözlü haber, kalıcılık yönünden sınırlı ve kulaktan kulağa aktarıldığından dolayı güvenilirlik bakımından da zayıf bir yöntemdi. Ama yazının icadıyla bu sorun ortadan kalktı. Yazı sayesinde bilgi, toplanabilir, iletilebilir ve saklanabilir hale geldi (Mazlum, 2006: 13). Bu bakımdan yazı kültürü, haberleşmede çok önemli bir gelişmeyi karşımıza çıkardı.

İnsanlık kültürünün temeli yazı ile başlamış, uygarlık dünyasında kültür birikimi yazı ile sağlanmıştır. Tarihin konusuna giren zaman, insanlığın yeryüzündeki yaşına göre çok kısadır. Yazının bulunmasıyla beraber, insanlar bilgi ve deneyimlerini yeni kuşaklara yazıyı kullanarak aktarmıştır. Böylece, insan topluluklarının yaşayışlarına ve genel bir ifadeyle kültürlerine ait en sağlıklı belgeler tarihe kaynak oluşturan yazılı belgeler olmuştur ve hiç şüphesiz bu belgelerin oluşumunda insanların haber alma ihtiyaçlarının önemi çoktur. Tarihçiler genellikle ilk yazı örnekleri olarak mağara duvarlarındaki resim-yazıları göstermektedirler. "Çağımızdan sekiz bin yıl önce Mısır'da ilkin Cilalıtaş, sonra da Bronz çağı uygarlıkları kurulmuş, bunlar Resim-Yazı'nın tipik örneklerini yaratmışlardır". Mısırlıların kullandığı Hiyeroglif ve Sümerliler'in çivi yazısı, yazı alanında öncüler olarak kabul edilmektedir. Yazının tarihçesi oldukça karışıktır (Akçalı, 1998: 23). Ayrıca yazı konusunda ilk örnekler ilkel insanlar zamanında yaşamsal sorunları çözmek ve başka insanlara mesajlar bırakmak

amacıyla kullanılmış ve bunlar birkaç şekilde sınırlı kalmıştır. Yazıyı Güney Mezopotamya'da yaşayan Sümerler icat etmiştir. İlk yazı, benzeri işaretler için İ.Ö. 8000 yıllarına kadar imleniyorsa da, yazının icadında İ.Ö. 3500 yılları genel kabul gören tezdır (Mazlum, 2006: 14–15). Ayrıca Alfabeyi Fenikelilerin, sesli harfleri Yunanlıların, yazı estetiğinin ise Romalılar tarafından geliştirildiği söylenebilir (İstek, 2005: 71).

Yazının bulunmasıyla haber ve gazete kavramlarına daha sık rastlamanın mümkün olduğu görölmektedir. Romalılar taş bloklar üzerine yazılmış haberleri topluma açık yerlere astıklarında ilk gazeteyi yarattıklarını bilmemekteydi. Kağıttan önce, düzgün taş, kemik, çömlek gibi malzemeler, tunç, bakır, gümüş gibi madenler, tahtalar veya ağaç kabukları yazı taşıma aracı olarak kullanılmıştır (Mazlum, 2006: 16). Ancak kağıdın bulunmasıyla birlikte haberin taşınması kolay bir hale gelmiştir. Gazete ya da benzeri bir haberleşme aracının bulunmadığı toplumlarda ve uygarlıklarda dahi haberin önemi kavranmış ve yapılanmalara gidilmiştir (Akçalı, 1998: 24). Yazı matbaacılığın varoluş nedenidir ve matbaacılığın kökünü oluşturur. Matbaacılık yazı ve resimlerin kağıt, karton veya çeşitli yüzeyler üzerine aktarılıp çoğaltılmasıdır. Matbaacılığın bulunması, genel olarak kitle iletişiminin başlangıcı sayılmaktadır. Matbaacılık ile fikirlerin yayılması ve bilginin tek bir kaynaktan geniş ve uzun menzilli okuyucu kitlesine ulaşmasını sağlamıştır (Mazlum, 2006: 13). Matbaanın bulunması aynı zamanda bildiğimiz anlamda gazetenin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Yazının ve kağıdın bulunması, bunlardan sonra matbaanın devreye girmesi ile birlikte haber daha farklı bir hale gelmiştir. Kısa bir tespit yapmak gerekirse; sözlü haber insanlar tarafından aktarıldığı için fazla geniş bir alana ve kitleye ulaşmıyordu. Ama yazının icadıyla kitle iletişim aracı olan basın ortaya çıkmasıyla haber kalıcı bir boyut kazanmıştır. Basın insanlığın kullandığı en eski kitle iletişim aracı olma özelliğini taşır. Halen de bu özelliğini korumaktadır (Dağlı, 1995: 13-14). Kolaylıkla ulaşılabilir olması, taşınabilmesi, önce olmasının verdiği alışkanlık, düşük maliyeti, her kesime göre yayın bulunması basının yerini korumasını sağlamıştır (Demir, 2007: 45). Özellikle gazetenin devreye girmesiyle birlikte, haberde bir disiplin ve yapılanma söz konusu olmuştur. Ünlü gazetecilerden bazılarının tanımlarına göre gazete: İnsan davranış ve düşüncelerini doğrudan yansıtan kitle iletişim aracıdır (Nezih Demirkent). Gazete, insan adına konuşan güçlü ve etkili bir sestir (Şevket Evliyagil). Gazete, günlük

olaylara ilişkin haberleri, bunlara ilişkin yorumları kapsayan, bir haftayı aşmayan aralarla, çokça basılan ve belirli bir eder karşılığında, isteyenlere satılan bir yayım aracıdır (Ahmet Emin Yalman). Gazete, genellikle günlük ve en çok bir hafta ara ile bir birini izleyen numaralarla yayınlanıp, içerdikleri ile herkesi ilgilendiren, güncel olaylara ilişkin haber ve yazılarla, ilanlardan oluşan bir ya da birkaç yapraklı bir basın ürünüdür (Dağlı, 1995: 13-14). Ama gazeteler gelişi güzel yazılıp basılmış kâğıtlar da değildirler. Biçiminin Gazeteye benzemesi onun bu onurlu görevi yerine getirdiği anlamına da gelmez. Yazdıklarının ve gösterdiklerinin içeriğidir asıl önemli olan (Bodur, 2006: 9). İçeriğin kalitesini gösterebilmek için ise gazetelerde sayfa düzenin, sayfa tasarımının önemi oldukça yüksektir. Ayrıca sunulan bilginin görseller ve infografiklerle desteklenmesi de ayrıca bir nitelik göstergesi sayılabilir.

1.2.4. Elektronik - Dijital Haber

Batı toplumu çok uzun bir zamandan beri bir dizi teknolojik devrim yaşamaktadır. Yaşanan bu değişimin, "yapıları birbirinden farklı tüm toplumları kapsadığı ileri sürülmektedir ve sözü edilen bu dönüşümün belirleyici ögesi teknolojik devrim olarak" tanımlanmaktadır. Sanayi devriminden sonra gündelik hayatı etkileyen en önemli devrim, elektronik devrim olmuştur (Seylan, 1994: 100). Elektronik devrim, Batı kültürünü Makine Çağı'ndan İletişim Çağı'na götürmüştür ve bu değişiklik ekonomik ve siyasal ilişkilerdeki değişikliklerle toplumsal tutumlar, inanç sistemleri ve kuruluşlardaki köklü değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Medya teknolojisindeki gelişmeler, özellikle televizyonun, telefon ve bilgisayarla olan kullanımı ve nihayet Internet'in bir ağ ile tüm dünyayı sarması, dijital teknolojinin iletişim araçlarında sağladığı sürat, zenginlik ve çok boyutluluk ve multimedya sanayi, iletişimin içeriğini, niteliğini, amaç ve işlevlerini de değiştirmiştir. Diğer yandan haber, teknolojik gelişmeler sayesinde daha hızlı yayılan ve tüketilen bir olgu olarak yeniden yapılanmıştır. Bunda en önemli etken ise, haberin daha hızlı toplanmasını ve daha hızlı tüketilmesini sağlayan iletişim araçlarıdır. Haber, özellikle radyo ve televizyon ile birlikte yeni bir yapıya kavuşmuş, etkileri farklılaşmıştır (Akçalı, 1998: 26). Radyo ve televizyonda haber vermede kullanılan tekniğin değişmesi, sadece bilginin değil, ses ve görüntünün de devreye girmesi haberin yapısını etkilemiştir. Aynı zamanda haberlerin

daha hızlı tüketilmesi daha farklı haber toplama organizasyonlarına gidilmesini zorunlu kılmıştır. Günümüzde İnternet ise, haberin hızını zirveye çıkarmış, sınır ve mesafe engellerinin son duvarlarını da yıkmıştır.

1.2.5. İnternet Haberciliği/Gazeteciliği

İnternet, iki veya daha çok sayıda bilgisayarın birbiriyle bağlantısı anlamına gelen bilgisayar ağları (network)'nın aralarında tekrar bağlantı kurmalarıyla oluşan, dünya çapında yaygın bilgisayar ağlarına dayalı bir iletişim sistemidir (İçel, 1998: 407).

Dünya çapında yaygın bilgisayar ağları ve kullanıcıları olan ve açık endüstri standartlarına dayanmaktadır. Bu, binlerce veri tabanı ve diğer kaynaklardan bilgi sağlamaya ve bilginin diğer kullanıcılarla değiş-tokuşuna, paylaşımına olanak tanır (Şeker, 2002: 14).

Son yıllarda hızla yaygınlaşan teknolojik gelişmeler sayesinde haberler elektronik ortamda depolanmakta, erişilmekte ve kullanılmaktadır. Haberin geleceği, ondan her zaman yararlanmayı sağlayacak işlemlerden etkilenmektedir. Verilen hizmetler güncel haberler kadar, haberi besleyen geçmişe ait bilgilere de erişimi sağlamaktadır (Önal, 2007: 100). Ancak internetin ve habercilikte yaşanan e-dönüşümün tam olarak anlamlandırılabilmesi için bu iletişim ortamlarında haberin sunumundaki farklılıkları ele almak ve internet haberciliğinin teknik açıdan haberciliğe getirdiği yeniliklerin yanında haberin sunumunda bir fark yaratıp yaratmadığını ortaya koymak gerekmektedir. Özellikle İnternet haberciliğinin geleneksel medya organlarına alternatif olarak öne sürüldüğü günümüzde, şekil olarak ve teknolojik olarak üstün olan bu yeni nesil medyanın tekelleşme tehlikesi altındaki haberleşme özgürlüğüne yeni bir çıkış yaratacağı tartışılırken, bu çıkışın gerçekliğini ortaya koymak açısından sunum farklılığı önem arz etmektedir (<http://multar.blogcu.com/internet-haberciligi-ve-geleneksel-habercilikten-farklari/454027>, 2012).

20. yüzyılın sonunda keşfedilen ve çağa damgasını vuran İnternet'in, kitle iletişiminde yani yayıncılıkta yaygın olarak kullanılırken aslında diğer yayın araçlarını tehdit etmektedir (Şimşek, 2002: 17). Çünkü insanlar gazetelerden, kitaplara kadar bütün iletişim kaynaklarına internetten ulaşabilmek mümkün olduğu için diğer kitle

iletişim araçlarının kullanım oranı internetin kullanım oranının artışına bağlı olarak dūřmektedir.

1.3. HABER TEKNIĞİ AÇISINDAN İLETİşİM ORTAMINDAKİ FARKLILIKLAR

Geliřen teknolojiyle, artan iletişim olanaklarıyla beraber, haberin hitap ettiği alanlar ve sunum şekilleri her geçen gūn artmaktadır. İletişim araçlarının her geçen gūn artmasıyla, haberlerde farklı iletişim araçlarıyla, iletişim araçlarının özelliğine göre sunulmaktadır.

Haberin içerdiği bilginin olabildiğince nesnel, dengeli ve tarafsız özellikler taşıması beklenmektedir. Bunları sağlamada görev ve sorumluluk ilgili haberi hazırlayan gazeteciye, muhabire ve genel anlamda basın mensuplarına aittir. Haber; medya ve/veya kitle iletişim araçları olarak bilinen szlū, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri içeren çok geniş kapsamda yayınlanarak hedef kitleye ulaşmaktadır (nal, 2007: 100). Geliřen teknoloji iletişim ortamlarını da etkilemektedir. Gazete, kitap, dergi, sūreli yayın, brořūr, film, radyo ve televizyon yayını, bilgisayar yazılımı, fotoğraf, video paketi, kaset, CD, ilan, İnternet başta olmak ūzere iletişim araçları veya medya ūrūnleri haber özelliği taşıyan bilginin toplanmasını, yazılmasını ve/veya kaydedilmesini, dūzenlenmesini ve dağıtılmasını sağlamaktadır (nal, 2007: 100). Bu durumda aynı haber farklı iletişim araçlarıyla farklı şekillerde hedef kitleye ulaşmaktadır.

Kitle iletiřim araçları, her biri kendisine has özelliklerden dolayı farklı duyumsal uyarılar yaratmaktadır. Kiminin grūntūsel, kiminin sözsel algılanması ikna edicilik ve etki çeřitliliėi yaratır (Gūrer, 2009: 118). Bu yūzden gazete, TV ve radyo haberleri hem teknik hem sunum açısından farklılıklar göstermektedir. Radyo da sadece sesli sunum söz konusudur. Bu yūzden daha çok kulaėa hitap eder ve televizyon kadar būnyesinde çeřitlilik barındıramaz.

Gūnūmūzde yaygın bir iletiřim aracı haline gelen televizyon tūm kitleye açıktır. Her yař, cins, eėitim, meslek, ırk, din, dilden seslenmek mūmkūndūr. Ve yeni yayın sistemleri sayesinde sınırlar ortadan kalkmaktadır (Gūrer, 2009: 118). Bu durum televizyon ortamında sunulan her haberin daha detaylı ve anlařılır olarak iletilmesine

olanak sağlar. Gazeteler ise sadece göze hitap eder. Okuyucu üzerinde görsel etki oluşturmak için gazetelerde verilen haberler, görsel iletişime uygun olacak şekilde sunulurlar.

İnternet ortamında sunulan haberlerde ise durum çok farklıdır. İnternet ortamında önemli olan hızdır. Bilgiler pratik ve anlaşılır olmalıdır.

Bu yüzden hazırlanan sayfa düzenlerinin hem kullanıcılar tarafından kolay okunabilmeleri hem de az yer kaplamaları gerekmektedir. (Canbek ve Akcayol: 343).

Çünkü internet ortamında yer alan teknik problemler, sayfada yer alan linklerin yoğunluğu gibi sebeplerden dolayı okuyucuların dikkati diğer kitle iletişim araçlarına göre çok daha çabuk dağılabilir.

1.4. HABERİN BİÇİMSEL AÇISI BAKIMINDAN FARKLILIKLAR

Gazete, olaylardan toplumu haberdar etmek, kamuoyunu düzenlemek, yönetici otoriteleri uyarmak, eğitmek, eğlendirmek gibi çeşitli amaçlar taşıyarak belirli okuyucu kitlesine, belirli aralıklarla ve sürekli olarak ulaşan kitle iletişim aracıdır (Önal, 2007: 102). Gazeteler bu işlemi gerçekleştirirken hedef kitleye mesajı iletmek için bazı noktalara dikkat etmeleri gerekmektedir. Haberin özelliğine göre bir tutum sergilenmesi bu noktada kaçınılmazdır. Bu durumda haberler sadece konu bakımından farklılık göstermez, haber taşıdığı niteliğe uygun olarak biçimsel olarak da farklıdır. Bu farkları şu şekildedir:

1. Başlık

Gazete ve internet haberciliğinde karşımıza çıkan bir kavramdır. Her ne kadar TV’de kuşak olarak, radyoda ise haber başlıklarının okunması olarak bir başlık mantığı olsa da gazete ve internet kadar çeşitli ve çok amaçlı kullanılmamaktadır. Gazete sayfasında yazıyla üretilen unsurların en önemlisi şüphesiz başlıklardır. Başlık bilgilendirme ve çekicilik olmak üzere iki temel işleve sahiptir. Haberi kısaca vermek ve metni okutturmak iki temel amacıdır (Şeker, 2004: 62).

2. Spot

Spotlar, haberi özetleme ve haberi okutma işlevi ile birlikte sayfa düzenlemesinde de önemli fonksiyonlar kazanır (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011:5). Spot, haberin en önemli ve ilginç yönlerinin özetlendiği bir yada birkaç paragraftır (Şeker, 2004:56). Okuyucular için ön sayfada ya da iç sayfalarda bulunan kutu içine alınmış ya da herhangi bir yere örneğin başlığın altına yerleştirilmiş, asıl metinden ayrılmış bir veya iki cümleden oluşan, haberin çarpıcı yönlerinden yapılan alıntılara spot denir. Gazete bu şekilde tanımlanan spot, internet için daha farklı bir tanımlama gerektirmektedir. Spot internet haberciliğinde özellikle ana sayfada haberin fotoğraf altında, bazen başlık altında yer alan yine iki satır ya da daha fazla olmak üzere haberin özetini ya da en çarpıcı yanını okuyucuya ulaştıran metinlerdir ([http:// multar.blogcu.com/internet-haberciligi-ve-geleneksel-habercilikten-farklari/454027](http://multar.blogcu.com/internet-haberciligi-ve-geleneksel-habercilikten-farklari/454027)). Ünlü gazete tasarımcısı Mario Garcia, pek çok okurun haber metnini hiç okumadığını ve bu yüzden spotların özgün bir gazete metni olduğunu belirtmektedir (Şeker, 2004: 56).

3. Fotoğraf

Fotoğraf, ışığa duyarlı bir malzeme üzerine ışığın odaklanması ile oluşturulan görüntülerin genel adıdır. Grafik tasarımda fotoğraf birçok şekilde kullanılmaktadır. Bir hizmeti ya da ürünü tanıtan fotoğraflar genellikle reklam ajansları ya da tasarım firmaları tarafından; bir dergide yer alan hikaye ya da fikirleri resimlemek için yayıncılıkta; gerçek olay ve kişileri gösteren haber fotoğrafları olarak gazetelerde ve sanatsal ifade aracı olarak fotoğraf sanatçıları tarafından çekilen fotoğraflar birçok grafik tasarım ürününde kullanılmaktadır. (Yücebaş, 2006: 70).

Görsel iletişimde fotoğraf önemli görsel elemanlardandır. Gazeteler ve haber siteleri sadece yazıdan ibaret değildir, görsel malzeme de kullanılır. Sayfalarda görsel malzeme kullanımının amacı ürünü süslemek değildir. Kullanılan görsel malzemenin en temel amacı metni tamamlamak ve daha anlaşılır hale getirmektir. Algı psikolojisi temellerine göre bir okuyucu eline aldığı gazetede ilk önce büyük fotoğraflara bakar, daha sonra resim altı yazıları okur ve bunun ardından başlıkları okumaya geçer (Şeker, 2004: 78).

4. Foto altı

Fotoğraf altında kullanılan kısa yazılar resim (fotoğraf) altı olarak adlandırılır. Fotoğraf sayfada ilk dikkat çeken unsurlardan biri olduğu için, resim altında başlıklarla birlikte hatta beklide başlıklardan önce okunan bir metindir. Bu nedenle resim altlarının gerek içerik gerekse estetik açıdan iyi düzenlenmesi, ilgili haberin okunurluğunun artırılması bakımından büyük önem taşır (Şeker, 2004: 59). Ayrıca fotoğraf, sayfada ilk dikkat çeken unsurlardan olduğu için resim altı günümüzde bir tür spot değeri taşımaktadır. Resim altının haber ve fotoğraf hakkında bilgi verici, haberi okumaya teşvik edici, gerektiğinde fotoğrafı açıklayıcı özellikleri yanında, sayfa görünümü üzerinde de etkisi bulunmaktadır (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 7). Gazetesini ya da internetten takip ettiği haber sayfasını açan okurun ilk yaptığı iş ana başlıklara ve fotoğraflara göz atmaktır. Okurun bakışı ilgisini çeken fotoğraftan son derece doğal olarak foto altına kayar. Burada foto altının önemi, haberin unsurlarını vermesi ve okuru metni okumaya özendirmesidir.

5. Haber Girişleri

Haber girişi hem gazete ve internet, hem de TV ve radyoda kullanılan bir unsurdur. Ancak bu haber girişleri yayınlandığı ortama göre farklılıklar göstermektedir.

6.Flaş/Kam Spiker:

Gazete, internet ve radyoda kullanılan haber girişi flaş olarak adlandırılır. Flaş haberin sonucunun anlatıldığı kısım olarak özetlenebilir. Flaş haber metninde temel mesajın, en özlü, çarpıcı biçimde yer aldığı bölümdür. TV haberciliğinde ise kam spiker kullanılmaktadır. Sunucunun haberi izleyiciye promterdan okuyarak aktardığı bölümdür (Aslan, 2004: 149).

7. Bilgi Verici Grafikler

Bilgi verici grafik tanımlaması genelde “istatistikî bilgilerin görsel sunumu” olarak anlaşılrsa da gazetecilikte haber aktarmakta kullanılan bir tür destekleyici malzeme gurubunu temsilen kullanılır. Çizelgeler, tablolar, haritalar, bir şeyin nasıl çalıştığını gösteren şemalar, bir olayın gelişim sürecini anlatan şekiller gazetelerde kullanılan bilgi verici grafiklerdir. Bu tür grafikler internette haberin içinde fotoğraf

biçiminde sunulmaktadır (<http://multar.blogcu.com/internet-haberciligi-ve-geleneksel-habercilikten-farklari/454027> 2012).

Bilgi verici grafikler (İnfografikler), televizyon, internet, basılı iletişim araçları gibi görsel iletişimin yer aldığı birçok alanda kullanılmaktadır. Gazetelerde de özellikle haberin içeriğine ve haberle ilgili fotoğraf eksikliğine göre sık sık kullanılmaktadır.

Resim 1.1: Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafiği (İnfografik Örneği)



Kaynak: <http://infographicsnews.blogspot.com/2011/03/all-malofiej-19-awards.html>, 2012.

1.5. HABER TÜRLERİ

Haberin öz Türkçe karşılığına salık, duyuk gibi sözcükler önerilmişse de henüz yaygınlık kazanmamıştır. İngilizlerin "news", Fransızların "infer-mation" dedikleri haberin geniş bir biçimde anlamı irdelenecek olursa "vaktinde verilen, toplumda çok kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, anlaşılır bir dille anlatılan bir olay, fikir ya da kanıdır" denilebilir (Dağlı, 1995: 44). En önemli özelliği güncellik olan haberin doğru ve ilgi çekici yapısında anlattığı konular olay, fikir veya sorun hakkındadır. Mümkün

olduğunca büyük hedef kitleye aktarılacaklar özetlenerek ve kurgulanarak sunulmaktadır (Önal, 2007: 102).

Buradan da anlaşıldığı gibi haberler ilgili oldukları alanlar ve haberin takip edildiği noktalar bakımından bazı türlere ayrılmaktadır, yani konusu itibariyle bir ayrım söz konusudur. Bunun yanında genel bazı ayrımlara gidilir. Bu ayrımda haberin ilgili olduğu alandan daha çok, haberin niteliği ön plandadır.

Haberlerle ilgili genel ayırmadan başka haberlerin konuları ile ilgili ayrım da vardır. Bu ayrım sadece haberin ilgili olduğu konuyu vurgulamanın ötesinde, haberler üzerindeki uzmanlaşma ile de ilgilidir. Bu türde bir ayrım yapmamız gerekirse; Genel olarak yayınlanan gazetelerdeki sayfa başlıkları da göz önüne alırsak;

- Siyaset-Politika Haberleri
- Dış Haberler
- Ekonomi-Finans Haberleri
- Polis-Adliye Haberleri
- Spor Haberleri
- Kültür-Sanat Haberleri
- Magazin Haberleri
- Çevre Haberleri
- Teknoloji-Bilgisayar Haberleri
- Eğitim Haberleri
- Sağlık Haberleri
- Kent Haberleri
- Taşra Haberleri şeklinde yapabiliriz.

Ayrıca haberler içeriğine göre de farklı başlıklarda değerlendirilebilir. Örneğin futbolla ilgili bir haber normalde spor haberi olarak düşünülse de, eğer ki haber futbol sektöründeki ekonomik durumdan bahsediyorsa o zaman bu haber ekonomi haberleri başlığı altında yer alır.

İKİNCİ BÖLÜM
SAYFA TASARIMI

2.1. SAYFA DÜZENİ

Sayfa düzeni, yazının bulunmasından ve gelişmesinden sonra önem kazanmıştır. Yazının düzenlenmesi, bir alan üzerinde düzenlenmesi, tasarımın farklı bir dalı olan düzenleme ve sayfa tasarımı gibi konuları yarattı. Özellikle yazı kültürü bu düzenlemenin estetik öğeler doğrultusunda yaratımını gerekli kıldı.

Günümüzde grafik tasarım disiplininin en önemli konularından biri olan sayfa tasarımı ve grid, üzerinde çok çalışılması gereken önemli bir konudur. Grid konusunun en önemli noktalarından biri, oran ve oransallıktır (Uçar, 2004: 144).

Sayfa tasarımını düzenlemek için kullanılan en iyi yol, bir grid sistemi kullanmaktır.

Çünkü sayfayı planlamak ve düzenlemek için öncelikle sayfayı bölmemiz gerekir. Sayfayı bölmek için kullanılan yatay ve dikey çizgilere grid adı verilmektedir (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 5). Bir başka deyişle grid, sayfa tasarımında kullanılacak elemanların (yazı, resim, grafik, çizim vs.) düzenlenmesinde yardımcı yatay ve dikey çizgilerdir. Bu çizgiler kendi içlerinde oransal bir ilişki içerisinde hazırlanırlar. Fakat bu çizgileri basılmış sayfalar üzerinde göremeyiz (Uçar, 2004:14). Özellikle gazete, dergi gibi süreli yayınlarda sayfalar ve takip eden diğer yayınlar arasındaki bütünlük ve devamlılığın sağlanması açısından, grid sistemi oldukça önemlidir. (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 5). Çünkü yayının bütünü göz önünde bulundurularak sayfayı en iyi şekilde hazırlayabilmek amacının temelleri ancak gridlerle oluşturulur.

Sayfa düzeni için grafik tasarım programları kullanılmaktadır. Sayfada kullanılacak görseller için Adobe Photoshop, Adobe İllüstratör, Freehand, Corel vb. programlar kullanılırken, sayfa düzenini daha iyi sağlamak için sayfa düzenleme programları geliştirilmiştir.

Sayfa düzenleme (Page Layout) programları; metinlerin, vektörel çizim ve görüntü işleme programları kullanılarak oluşturulan görsel unsurların, bir araya getirildiği programlardır. Kitap, dergi ve gazete türü basılı ürünlerin mizanpajlarının (sayfa düzenlemesi) yapılmasında tercih edilen sayfa düzenleme programlarının bu tür uygulamalarda kolaylık sağlayan birçok özelliği vardır. En yaygın kullanılan sayfa düzeni programları şunlardır: QuarkXPress, InDesign, Page Maker, Frame Maker'dır

(Mazlum, 2006: 63). Sayfa düzenleme programları çok sayfalı çalışmalarda güvenli bir tasarımı sağlarlar ve yüzlerce sayfayı tek bir belge içerisinde çalışmak mümkündür.

Gelişen teknoloji ve yenilikler sayfa tasarımını da etkilemektedir. Ayrıca sanat akımlarındaki gelişmeleri de sayfa düzenini etkileyen temel etkenler arasında değerlendirmemiz mümkündür. Grafik tasarımda belli dönemlerde etkili olan anlayışlar, her türlü sayfa düzenlemesini önemli ölçüde etkilemektedir. Örnek olarak beyaz boşlukları verebiliriz. Önceleri mümkün olduğunca beyaz boşluk bırakmamaya çalışan bir düzenleme anlayışı varken günümüzde çağdaş sayfa tasarımcıları, beyaz boşlukları bir tasarım unsuru olarak değerlendirmekte ve kullanmaktadır (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 4).

2.1.1. Sayfa Düzeni ve Maket Hazırlama

Sayfa düzenini, sayfayı oluşturan unsurların, belli bir anlayış çerçevesinde estetik olarak bir araya getirilmesi olarak tanımlayabiliriz. Gazete sayfalarının ortalama olarak yüzde 80'i yazılardan, yüzde 20'si ise görsel malzemeden oluşur. Yazıların gazete sayfalarında kullanımı hep aynı biçimde değildir. Haber metinleri, spotlar, resim altları, başlıklar değişik şekillerde kullanılırlar. (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 5). Bu kullanımlar gazetenin yapısına, okuyucuya iletilmek istenen mesaja ve görsel öğelere paralel olarak sayfa düzenini bozmayacak şekilde kullanılmalıdır.

Örneğin haber yazılarını gereğinden büyük puntolarla veya aynı cümleleri ya da aynı anlama gelen cümleleri haber içinde tekrarlayarak haberi uzatmak, ilgisiz fotoğraflar kullanmak vb. gazetenin değerini azaltır (Bodur, 2006: 10). Böyle bir gazetenin okunurluk açısından çok daha zevksiz olacağı ve estetik açıdan da değer taşımayacağı açıktır (Şeker, 2004: 3). Sayfa düzenini en doğru şekilde gerçekleştirmek için sayfa tasarımına, mizanpaj ve maket hazırlama ayrıca bir önem taşımaktadır.

Sayfa düzenlemelerinde sayfaların boyu, satırların genişliği, puntolar, başlıklar, baş, yan, etek boşlukları, resimlerin yerleri, sayfa numaraları, katlanma biçimi vb. gibi ayrıntılar gösterilir. Özellikle gazete ve dergilerde düzenlemeler tam boyutlarında ve renkleriyle birlikte gösterilir. Bu düzenlemelerin yapıldığı tasar kağıtları özel olarak ölçümlenmiş ve gazetenin çalışanlarının isteklerine uygun olarak boyutları belirlenmiştir. Büyük gazete ve dergilerce kullanılan sayfa çizim kağıtları (gabarit)

genellikle 1/1 (tam sayfa büyüklüğünde) çizim kağıtları ve kartonlarıdır. Kimi gazeteler bir sayfanın dörtte biri büyüklüğünde çizim kağıtları da kullanmaktadır. Özellikle tipo tekniği ile çalışan yayınların küçük boy çizim kağıdı, ofset tekniğiyle çalışan gazetelerin büyük boy (tam sayfa) çizim kağıtları kullandıkları söylenebilir. Ofset tekniği ile çalışan yayınların kimileri tam sayfadan biraz daha büyük gabarit kullanarak daha sonra bunu fotoğrafçılık tekniklerinden yararlanarak küçültmektedirler. Bu yöntem güzel bir baskı sağlamak bakımından yararlı olmaktadır (Dağlı, 1995: 163).

2.1.2. Sayfa Düzeni Neden Önemlidir

Gazeteciler, uzun yıllar gazete satmak için iyi ve güçlü bir içeriğin yeterli olduğuna inanmışlar ve estetiği göz ardı etmişlerdir. Bu tercihte, tipo teknolojisinin yaratıcı sayfa düzenine getirdiği sınırların etkisi büyüktür. Son 50 yıldır kullanılan ofset hazırlık ve baskı yöntemi estetiğin önemini arttırmıştır. Günümüzde gazete, ilettiği içeriği çevreleyen önemli estetik ilkelere dayanarak yayınlanır. (Şeker, 2004: 3). Bu yüzden Gazetelerde haberleri belli bir sıralama (hiyerarşi) içinde yerleştirmek, hem haberlerin öneminin vurgulanması için, hem de kullanılan malzemeyi bir düzen içinde yerleştirebilmek için gereklidir. Her gazetenin niteliğine göre bir değerlendirme ölçütü bulunur (Dağlı, 1995: 163).

Gazeteler o kadar bilindik ürünlerdir ki, sayfa düzeniyle ilgili teknik işlemler ortalama bir okuyucu için son derece şaşırtıcıdır. Okuyucular gazete içeriğinin gazeteye ulaştığı gibi yerleştirildiğini sanırlar ve aldıkları gazetenin bir önceki günkü nüshaya benzemesine alışmış durumdadırlar. Ancak üzerinde düşünmeseler de devamlı okudukları bir gazetenin diğerlerinden farkını hissederler. Aradıkları sayfaların, makalelerin, rutin köşelerin nerede olduğunu zorlanmadan bulabilirler. Bütün bunları sağlayan sayfa düzenidir. Kullanılan haber ve görsel malzemeler her gün değiştiği halde, bunların sayfalara yerleştirilmesine ilişkin temel yaklaşım aynı kalır.

Sayfa düzeni, gazetelerdeki haber ve yazıların, okuyucu tarafından mümkün olan en az çabayla algılanmasını sağlamaya yönelik bir işlemidir. Haber ve bilgi iletmeyi kolaylaştırıp zevkli hale getirmeyi hedefler. Gazetelerin en güzel düzenle sunulmaya çalışılmasının temel amacı budur (Şeker, 2004:3).

Günümüz gazetelerinin haber sıralamasında, başka bir deyişle ters piramidin oluşturulmasında genel olarak kullanabilecekleri ölçütler şunlar olabilir:

1. Çok kişiyi ilgilendiren haber olmalıdır.
2. Üzerinde konuşulacak haber olmalıdır.
3. Öbür gazetelerin, radyonun ve televizyonun vermediği, veremediği haber olmalıdır.
4. Yayınlandığında kamuoyunda ve çeşitli çevrelerde yankılanacak haber olmalıdır.
5. Fotoğraflı haber olmalıdır (Dağlı, 1995: 163).

2.1.3. Sayfa Düzeninin Temel Amaçları

Sayfa düzeninin temel amaçları üç başlık altında toplanabilir.

- a. Okuyucuların dikkatini çekmek ve bunu sürdürmek
- b. Sayfa içeriğinin göreceli önemini ve konumunu vurgulamak
- c. Gazeteye fark edilebilir bir görsel karakter vermek.

Bir gazetenin sayfa düzeni yeni okuyucular elde etmek yanında var olan okuyucuları elde tutmayı amaçlar. Okuyucuyu etkilemek için sadece içeriğin yeter olduğu dönemler geride kalmıştır. Günümüzde okuyucu için görsel güzellik, içerik kadar önemlidir (Şeker, 2004: 3-4).

Çünkü görsellik haberin etkisini ve anlaşılabilirliğini sayfalarca yazıdan daha iyi verebilmektedir. Görsel öğeler hem görmeyi hem algılamayı hedefleyerek kullanıldıklarından dolayı, okuyucu tarafından tercih edilirlilik noktasında önemli bir etkindir.

2.1.4. Sayfa Düzeninde Temel Belirleyiciler

Haber büyültmede kuşkusuz gazetenin tuttuğu yol (meşrebi) önemli bir belirleyicidir. Ancak, gazetenin tuttuğu yol ne olursa olsun yine de bu iş için kimi ölçütler kullanılmalıdır (Dağlı, 1995: 177)

Gazete sayfa düzeni birçok etkene bağlı olarak gelişim göstermiştir. Bu etkenlerin bazıları şunlardır:

- a. Gazetenin Türü
- b. Kullanılan Alfabe
- c. Teknolojik Gelişmeler
- d. Diğer kitle iletişim araçlarının getirdiği rekabet
- e. Okuyucu kitlesinin hayat tarzındaki değişim
- f. Gazetecilik meslek kültüründeki değişim (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 4).

2.1.5. Sayfa Düzeni İşlemleri

Sayfa düzeni belirli işlemlerin birbiri peşi sıra yapılmasıyla gerçekleştirilir. Daha önce konu başlıkları altında açıklamaları yapılan bu işlemler sırasıyla;

- 1. Yazıların yeniden okunması dizilmek üzere hazırlanması,
- 2. Yazıların dizgi ölçülerinin (kalibrajının) yapılması,
- 3. Başlık kompozisyonunu oluşturacak öğelerin, gerekiyorsa yeniden yazımının (redaksiyonunun) yapılması, karakter, stil ve puntolarının belirlenmesi,
- 4. Görüntülerin seçiminin yapılması ve boyutlarının belirlenmesi,
- 5. İlan ve reklamlardan kalan alanın saptanması,

Yukarıda yapılan işlemler ışığında sayfanın önce kategorik yerleştirilmesinin, sonra da planlanmasının yapılması ve sayfa maketinin hazırlanmasıdır (Dağlı, 1995: 166).

Bu işlemlerden başlık; ilgi çekme işlevinin yanında sayfa düzeni açısından daha farklı bir önemi vardır. Başlığın bilgilendirme ve ilgi çekerek haberi okutturma yanında, sayfa düzeni açısından da önemi vardır. Başlıklar genel olarak haberlerin birbirinden ayrılmasına ve gruplandırılmasına da katkı sağlar (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 7). Böylece okuyucunun yazılanları daha kolay okumasını sağlar (Şeker, 2004: 62).

Sayfa düzeninin amaçlarının en önemlisi yazılanları okutması, mesajı okura iletebilmesi ve okuyucuyu sıkmamasıdır. Mesajın iletilmesi ne kadar görsel kullanılırsa kullanılsın, mutlaka bilgilendiren metinlere yer verilmektedir. Bu metinlerin rahat okunabilmesi için görev yazı karakterlerine düşmektedir. Yazı karakterlerine baktığımızda çizgi veya kıvrım gibi bitiş vurgularıyla biten yazı karakterleri olan serifli yazı karakterleri (Times New Roman, Garamond, Bookman Old Style vb.) ve serifsiz olan yazı karakterlerinde harflerin bitiş vurguları olmayan yazı karakterlerinin (Ariel, Helvetica, Futura vb.) gazatelerde okunurluk açısından kolay olduklarından dolayı daha fazla tercih edildiğini görüyoruz (Mazlum, 2006: 46).

Gazetelerde kullanılan yazı karakterlerindeki punto seçimine baktığımızda; haber metinleri için kullanılan fontlara uygun olarak belli bir punto belirlenmektedir. 10 punto en kolay okunan harf büyüklüğüdür. Sanıldığı gibi aksine uzun metinlerde daha büyük harfler daha kolay okunmaz (Şeker, 2004: 49).

2.2. SAYFA DÜZENİNDE ANA YAKLAŞIMLAR

Çıktıkları ilk dönemlerden günümüze uzanan süreçte gazete sayfa düzeni yaklaşımları önemli değişimler göstermiştir. Bu değişimler, her şeyden önce teknik imkanların gelişmesine paralel olarak gerçekleşmiştir. Gelişen teknoloji ve iletişim alanının her geçen gün önem kazanması bu süreci hızlandırmıştır. Bu yüzden birkaç yüzyıl önce yayınlanan bir gazetenin sayfa düzeniyle günümüzdeki gazetelerin görsel yaklaşımları büyük farklılık göstermektedir.

Endüstriyel baskı çeşitlerinin gelişimiyle bu durum doğru orantılıdır. Endüstriyel baskı çeşitlerinden olan ofset baskı günümüzde çok önemlidir ve en yaygın kullanılan baskı yöntemidir. Ofset baskı, baskı yapılan kağıdın kağıtların cinsine göre ikiye ayrılmaktadır. Bunlar; tabaka kağıtlara baskı yapan Tabaka Ofset ve bobin kağıtlara baskı yapan Web Ofset'tir. (Mazlum, 2006: 125). Ofsetle birlikte gelen yeni teknolojik imkanların farklı bakış açılarıyla kullanılması sonucu doğan sayfa düzeni anlayışına çağdaş yaklaşımlar denmektedir. Çağdaş sayfa düzeni yaklaşımları; modüler, bulvar tipi ve infografik olarak üç alt sınıfa ayrılmaktadır (Şeker, 2004: 17).

2.2.1. Klasik Sayfa Düzeni

15. yüzyıldan 20. Yüzyılın ikinci yarısına kadar gazete basımında kullanılan temel teknoloji tipo baskı dönemi idi (Şeker, 2004: 17). 1041 yılında Alman Johannes Gutenberg tarafından tek tek harflerden oluşan ve baskıdan sonra yeniden başka baskılar için kullanılabilen metal kalıplar (hurufat) icat edilmiştir. 1436 yılında Gutenberg tarafından bir matbaa kurulmuş ve bu matbaada hazırlanan ilk kitap ise 1440 yılında basılmıştır (Mazlum, 2006: 17). Tipo teknolojisi kullanıldığı 500 yıllık süreçte önemli gelişmeler göstermişse de günümüzde kullanılan ofset baskı sistemine kıyaslandığında gazetenin görselliği bakımından son derece kısıtlı imkanları olan bir baskı türüydü. 19. yüzyıla kadar fotoğraf ve görsel malzeme kullanımı bile mümkün değildi. O yıllardaki gazeteler sınırlı harf karakterlerini metalden dökerek hazırlamaktaydı. Dolayısıyla bugünkü anlamda gazete tasarımı yapılması söz konusu değildi. Sayfa düzeni yazıları sütunları doldurmaktan ibaretti. Başlıklar da sütun genişliğinde ve küçük puntolarla veriliyordu. Yüzlerce yıl uygulanan bu dikey sayfa düzeni klasik veya statik düzen olarak adlandırılmıştır. Bu tür bir sayfa düzeninde, görsel anlamda yapılabilecekler sınırlıydı. Sayfayı hazırlamak, yazıları dikey sütunlara yerleştirmek ve üstlerine biraz daha büyük puntolarla başlık atmak anlamına gelmekteydi (Şeker, 2004: 17).

Yüzlerce yıl kullanılan bu uygulama dikey sayfa düzeniydi. Bu mizanpaj tekniğine genellikle metinler, başlıklar, fotoğraflar bir, iki en çok üç sütuna oturtulduğundan yerleştiklerde yerlerde dikey bir görüntü kazanırlar. Bu teknikle bir sayfada daha çok haber verme olanağı vardır (Dağlı, 1995: 168). Bu durum görüntünün az olduğu zamanlarda sayfada hareketlilik sağlamaya yardımcı olmaktadır. Bugün dünyanın en önemli gazetelerinden olan bazı Amerikan, İngiliz ve Alman gazeteleri, klasik sayfa düzenini sürdürmektedirler. Bu gazeteler, klasik düzenin gereği olarak fotoğraf ve görsel malzemeyi ya hiç kullanmamakta ya da küçük ebatlarda kullanmaktadır (Şeker, 2004: 18)

2.2.2. Çağdaş Sayfa Düzeni

Çağdaş sayfa düzenin temelleri ofset baskıyla atılmıştır. Ofset baskı sistemi suyun yağı itmesi prensibiyle çalışır. Kalıplarda iş olan yerler iş olmayan alanlar

arasında herhangi bir yükseklik farkı yoktur. Ofset baskıda genellikle bir yüzü fabrikasyon olarak ışığa duyarlı hâle getirilmiş alüminyum kalıplar kullanılmaktadır (Aslan ve Köse, 2010: 66).

Matbaa ve dizgi sisteminde devrim niteliğinde bir değişim olan ofset sistem 1900'lerin başında bulunduysa da gazete basımında ofsete geçilmesi 20. yüzyılın ikinci yarısında gerçekleşti. Rotatif ofset matbaaların gazete basımında kullanılmasıyla birlikte, tipo döneminde hayal dahi edilemeyen bir çok yeni tasarım imkanı doğdu (Şeker, 2004: 18). Henüz ofsetin kullanılmadığı İkinci Dünya Savaşı yıllarında, daha büyük başlıklar kullanmak için dikey mizanpajdan vazgeçen bazı gazeteler, yatay sayfa düzenini seçmişlerdi. Bu anlayış ofsetle birlikte yaygınlaştı. Son yıllarda çeşitli yöntemlerle yine ışığa duyarlı hâle getirilmiş bilgisayardan kalıba filmsiz pozlandırılan dijital ofset baskı kalıpları da kullanılmaktadır (Aslan ve Köse, 2010: 66).

Ofsetin getirdiği teknik imkanlar kısa zamanda gazete sayfa düzeni anlayışında yeni yönelimler doğurdu. Çağdaş sayfa düzeninde ilk farklılık, ciddi gazeteleri arasında gerçekleştirdi. Bulvar gazeteleri tipo döneminde de teknik imkanlar ölçüsünde hareketli, büyük başlıklara ve az yazıya dayanan fotoğraflı bir sayfa düzenine yönelmişlerdi. Ofsetle birlikte sayfalarını daha da hareketli ve renkli yapmaya başladılar (Şener, 2004: 18). Ciddi gazeteler ise yazıya dayanan, küçük puntolu, tırnaklı font ağırlıklı sayfa düzenini sürdürdü. Tipo döneminin sonlarında başlayan yatay sayfa düzeni anlayışı, birbirine eklenmiş dikdörtgen haber paketlerinden oluşan modüler düzene dönüştü. Yatay sayfa düzeninde başlıklar, fotoğraflar ve yazılar yatay bir görünüm kazanmıştır. Batı basınında kimi gazeteler bu mizanpaj tünü birinci sayfalarında uygulanmaktadır (Dağlı, 1995: 168). Türkiye gazetelerinde de iç sayfalarda sık sık kullanılan bir türdür.

2.2.3. İnfografik Sayfa Düzeni

1960'lardan sonra, televizyonun yaygınlaşması ve insanların önemli bir bölümünün haberi gazete yerine ekrandan almaya başlaması, gazeteler açısından önemli sorunlar doğurdu. 70'li yıllarda, yüzlerce yıllık geçmişi olan köklü Amerikan ve Avrupa gazeteleri tiraj kaybetmeye başladılar. Televizyon, gazeteciliğin pek çok alanını etkiledi. Gazeteler, hızlı haber verme yarışından çekildi ve ayrıntıyı ortaya çıkarmaya çalışan

araştırmacı yaklaşımı benimsedi. Bu yeniden yapılanma süreci, daha uzun ve ayrıntılı haber vermenin gereksiz olduğunu varsayan yeni bir sayfa düzeni anlayışını ortaya çıkardı. İnfografik adı verilen bu anlayış, bilginin grafiklerle, şekil, çizim ve illüstrasyonlarla sunulmasını savunuyordu (Şener, 2004: 45). Bu durumda yazının yanında görsel malzemelerin önemi ortaya çıkmıştır. Görsel malzemeler haberi destekleme yanında, sayfa düzeni açısından yazı yoğunluğunu bozarak durağanlığı gideren, dikkat çeken, sayfaya hareketlilik kazandıran, özetle sayfayı zenginleştiren unsurlardır (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 8).

İnfografik sayfa düzeninde görseller ve bilgi aynı anda birbirini destekleyecek şekilde sunulmaktadır. Burada bilgi kısa tutulurken haber görsellerle zenginleştirilerek sunulmaktadır.

İnfografik anlayışın ilk uygulaması ABD’de USA Today gazetesinde ortaya çıktı. Al Neuharth adlı girişimci, ABD’nin uzay üssü olan Cape Canaveral’da 1966 yılında bölgesel olarak çıkarmaya başladığı Today gazetesinde, televizyon kültürüyle yetişmiş, uzay bilim gibi sıra dışı bir işle uğraşan genç ve modern insanlara hitap ederek kısa zamanda büyük başarı kazanmıştı. Diğer yönleriyle olduğu kadar İnfografik sayfa düzeniyle de dikkat çeken gazete, yayınlandığı Florida bölgesinde kısa sürede büyük tirajlara ulaştı. 1982 yılına gelindiğinde yıllardır bölgesel olarak yayınlanan Today gazetesi, USA Today adıyla ulusal hale dönüştürüldü. Ciddi, ekonomi-politik fikir gazetelerinin yayınlandığı bir alan giren USA Today, televizyonla yarışarak ve kısa haberlerden, görsel ağırlıklı sayfalardan oluşan anlayışını yaygınlaştırarak önce ABD’de daha sonra da dünyanın birçok ülkesinde en çok okunan gazete olmayı başardı.

İnfografik anlayış, klasik sayfa düzenini sürdüren gazeteleri olduğu kadar, modüler sayfa düzenini seçen Avrupa’nın köklü gazetelerini de etkiledi (Şener, 2004:45).

Günümüzde Avrupa’da ve Türkiye’de yayınlanan bir çok gazete, daha çok görsel malzeme kullanma, yazı yoğunluğunu azaltma eğilimi içindedir.

Görsel öğelerle oluşturulmuş diğer kompozisyonlar, tıpkı yazıda olduğu gibi, anlatımları sonucu bir yargıda, önermede bulunurlar. Görsel öğelerin fonksiyonları bir cümledeki öğelerin fonksiyonlarına benzetilebilir. Gerektiğinde bir zarf veya sıfat benzeri işlevler kazanabilirler. Kendi başlarına veya yanındaki öğelerle meydana

getirdiği kompozisyon sonucu bir anlatım oluşturur, bir öneride bulunurlar (Batı, 2006:7).

Görsel malzemeler içerisinde haberin verilmesi anlayışına dayanan infografik anlayışın temel özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Televizyonda olduğu gibi kısa, basit ve yüzeysel habercilik temel alınır.
- Haberleri yazı ile anlatmaktan mümkün olduğunca kaçınılır. Bunun yerine bilgi grafikleri (infografik), çizimler, şekiller ve tablolardan yararlanılır.
- Televizyon ekranını andıran görselliğe sahip ürünler üretilir.
- Bol fotoğraf ve görsel malzeme kullanılır.
- Görsel açıdan ekrana benzemesi amacıyla özellikle birinci sayfalarda koyu zemin üzerine açık renk yazı (negatif) kullanımı yaygındır.
- Bir gazete sayfası çoğunluğu yazıdan oluşan çeşidi unsurların bir araya getirilmesiyle hazırlanır (Şener, 2004:45).

Infografik sayfa düzeniyle sayfada görsel malzemelere daha çok yer verilmeye başlanılmıştır. Böylece kitle iletişim aracı olan gazetelerde görsel iletişimin önemi daha da artmıştır.

2.2.4. Sayfa Düzenlemesinde Dikkat Edilecek Unsurlar

Görselliğin her alanda ön planda olduğu izleme (seyir) yüzyılında, iletişimin diğer alanlarında olduğu gibi gazetecilik alanında da okuyucu profiline değişen ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilme amacıyla gazetelerin haber boyutuyla birlikte tasarım boyutuna da ağırlık vermeye başladıkları söylenebilmektedir (Akdağ, 2009: 29). Bilgisayarın insan hayatına girmesiyle birlikte görsel iletişim ve tasarım boyut değiştirdi. Hali hazırda yapılanların daha kolay uygulanması ve hayallerin gerçeğe dönüşmesi bilgisayarlar sayesinde oldu. Bilgisayarlar önce uygulamalara hız kazandırdı, sonra gelişen sektörel programlar sayesinde çalışmaların boyut değiştirmesini sağladı (Demir, 2007: 54). Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler, gazete sektöründe de yaygın olarak kullanılmaya başlandı.

Bilgisayar teknolojisinin gazete tasarımında kullanılmaya başlamasıyla birlikte, sayfa tasarımı gazetecilik alanında daha önemli bir yer tutmaya başlamıştır (Akdağ, 2009: 29).

Sayfa tasarımı, bir gazete için “vazgeçilmez” derecede öneme sahiptir. Gazetenin “konuşma dili”, haber ve köşe yazıları ise; “beden dili”, sayfa tasarımı olarak yorumlanabilir. Ne söylendiğinin yanında, eğer “nasıl söylendiği” de önem taşıyorsa, bu söylenişte sayfa tasarımının önemli bir payı vardır. Hangi haberin hangisi ile yan yana geldiği, hangi fotoğrafın hangi büyüklükte nereden kullanıldığı, hangi haberin manşetten, hangisinin sürmanşetten verildiği gibi birçok özellik, bu “sözsüz dilin” unsurlarını oluşturur (<http://www.grafikerler.net/sayfa-tasarimi-nedir-neye-yarar-t1114.html>, 2012).

Sayfa düzenlenmesinde dikkat edilecek unsurları kısaca şu şekilde özetleyebiliriz.

1. Büyük bölümlemeler yapmaktan kaçınmak:

Yatay ya da dikey biçimleme yapmak kaygısı ile gereksiz yere bölümlemeler yapılmamalıdır (Dağlı, 1995: 170). Gereksiz yere bölümlerin oluşturulması, safta içerisinde ki bütünlüğü bozmakta ve okuyucuyu sıkıkmaktadır.

2. Tek biçimli büyük yığılmalardan kaçınmak:

Sayfa üzerinde başlık, görüntü ve metin yığılmalarına yer vermemek gerekir. Başlıklar, görüntüler metinler mozaik gibi yerleştirilmelidir (Dağlı, 1995: 170). Başlıklar eşit ağırlıkta ve büyüklükte kullanılmış başlıklarla birlikte yer alan iki haber de birine eşit önemde kabul edilmektedir. Yukarıdan aşağıya doğru sıralanan başlıklar, önemliden önemsizlere göre yazı puntosunun büyüklüğü ve kapladığı sütun bakımından çok olandan az olana doğru sıralanmaktadır (Akdağ, 2009: 35).

3. Merdiven biçimi yerleştirme yapmamak:

Birbirine benzeyen, göze çarpıcı karakterdeki harflerden oluşan başlıklar sayfada değişik yerlerde kullanılmamalıdır. Aynı sütun genişliğine dizilmiş, yaklaşık karakterli başlıklar alt alta sıralandığında mekanik bir görüntü kazanmaktadır. Bu tür merdiven görüntülerine yer vermekten kaçınılmalıdır (Dağlı, 1995: 171).

4. Başlık ve görüntüleri çatıştırmamak:

Birbirine yakın karakterdeki başlıkların yan yana gelmemesine özen gösterilmelidir. Yerleştirmede çeşitlilik sağlamak için çerçeveler, değişik zeminler kullanılmalıdır (Dağlı, 1995: 171). Çok zorunlu olmadıkça, alt ve üst başlık bir arada kullanılmamalı, ikisinden biri tercih edilmelidir. Alt ve üst başlığın font büyüklüğü ana başlığın üçte birini geçmemeli, ince karakterler tercih edilmelidir (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 8).

Başlık kompozisyonu sayfa düzeninin en belirleyici öğelerinden biridir. Başlık kompozisyonu yapıldığında hepsinin (ana, üst, alt başlıklar ve spotlar) aynı karakterli harflerden oluşmamasına dikkat edilmelidir (Dağlı, 1995: 172).

5. Başlık ve metinlerde ciddiyeti bozmamak:

Haberler okuyucuya sunulurken bir kamu görevi yapıldığı unutulmamalı, özellikle başlıklarda gereksiz argo deyimler kullanılmamalıdır. Sunulan iletilerin okuyucunun inceleme ve anlama isteğini uyandırması için argo yerine güzel çağrışımlar yapacak sözcükler yeğlenmelidir (Dağlı, 1995: 173).

6. Yazı (metin) yerleştirmede karışıklıktan kaçınmak:

Gazete sayfalarının ortalama olarak yüzde 80'i yazılardan, yüzde 20'si ise görsel malzemeden oluşur (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 5).

Görsel malzeme ve metinler sayfa içerisine yerleştirilirken okurun en iyi şekilde algılayabileceği şekilde düzenlenmelidir.

Çünkü tasarımın okunur olmasıyla birlikte okutur da olması gereklidir, unutulmamalıdır ki yazı okunamazsa okuyucuya ne kadar şekil olarak güzel görünse de okumayacaktır (Akdağ, 2009: 31).

Örneğin yerleştirilen bir metin yandaki sütun ya da sütunlarda da verilecekse, öbür sütunlar birinci sütunun başladığı hizadan başlatılmalı, daha yukarıya yerleştirilmemeli; metinler ile ilişkin oldukları başlıklar birbirinden çok aralı olmamalıdır (Dağlı, 1995: 173).

7. Sayfaları rastgele kullanmamak:

Gazetenin genel bütünlüğü içinde her sayfanın kendine özgü bir yeri vardır. Bu nedenle sayfaları kullanırken dikkatli olunmalıdır (Dağlı, 1995: 174).

Gazetede tasarım okuyucu içindir. Okurun öncelikli olarak neyi okuması isteniyorsa, ona uygun bir hiyerarşi yaratılmalıdır (Akdağ, 2009: 31). Okuyucunun gözüne önce birinci sayfa çarpacağı için onun en güzel sayfa olmasına çalışılmalıdır. Ancak şu da unutulmamalıdır ki, mizanpajı en son yapılacak sayfa birinci sayfadır. Sonra sıra ile tek numaralı sayfalara önem verilmelidir. Çünkü, okuyucunun sağ eliyle tuttuğu sayfalar sol elle tuttuğuna göre daha ilgi çekici olmaktadır (Dağlı, 1995: 174).

2.2.5. Görsel Malzeme Düzenleme

İletişimin en önemli unsurlarından biri görsel materyallerdir. Sayfalarca metinler yazarak anlatılabilecek mesajları tek bir fotoğraf karesi, illüstrasyon vb. görsel materyal ile çok daha etkili biçimde ifade edebiliriz (Mazlum, 2006: 86).

Görsel malzemeler haberi destekleme yanında, sayfa düzeni açısından yazı yoğunluğunu bozarak durağanlığı gideren, dikkat çeken, sayfaya hareketlilik kazandıran, özetle sayfayı zenginleştiren unsurlardır (Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama 1, 2011: 8). Görsel malzemeler sayfada geliş güzel bir şekilde kullanılamazlar. Görsel malzemeler amaca uygun olarak tasarlanmalıdır.

Tasarım, mesajın hedef kitlenin dikkatini çekecek forma sokulmasına yardımcı olur. İçeriği uygun olan mesaj, görsel olarak da hedef kitlenin dikkatini çekecek forma sokulduğunda gönderilmeye hazır olmuş olur (Demir, 2007: 54). Tasarım sürecini gerçekleştirmek için görsel mesajı oluşturacak unsurları sayfaya uygun olarak düzenlemek gerekir. Görsel mesajı etkili bir şekilde vermek için; tipografi, illüstrasyon, fotoğraf vb. teknikleri kullanabiliriz. Fotoğraf görsel mesaj açısından çok önemlidir. Çünkü sayfa tasarımında doğru kullanıldığı zaman mesajı direk aktarma özelliğine sahiptir.

Sayfa tasarımında kullanılan fotoğrafların hedef kitle üzerindeki etkisi büyüktür.

Örneğin okuma yönü üzerine yapılan araştırma sonuçlarına göre, okuyucu sayfaları çevirirken, sayfa başında ya da içinde kullanılan baskın bir fotoğrafa rastlayınca okumaya oradan başlamaktadır. Bu durum, aslında şekil-zemin ilkesiyle ilişkilendirilerek anlatılmaktadır. Buna göre, fotoğraf figüre (şekil) ve sayfadaki her şey birlikte zemin (ground) olarak algılanmaktadır (Akdağ, 2009: 36).

Fotoğraf gerçekliği ortaya koyan ve tüketici tarafından en kolay algılanan mesaj şeklidir. Bu nedenle günümüzde hazırlanan basılı grafik ürünlerinin %85'inden fazlası fotoğraf içermektedir. Gazetelerde fotoğraf yanında, bilgi grafikleri, karikatürler, illüstrasyonlar ve şekiller gibi pek çok farklı özellikte görsel malzeme kullanılmaktadır (Mazlum, 2006: 86). Bazı durumlarda ise, verilmek istenen mesaja yönelik fotoğraf bulmak mümkün değildir, mesajı sadece fotoğraf olarak sunmak mesajın eksik algılanmasına sebep olabilir. Bu sebeplerden dolayı mesajı çizimle görselleştiren illüstrasyon yöntemiyle sunmak daha sağlıklı sonuçlar almamızı sağlar.

Tepecik'in tanımına göre ise illüstrasyon "izah edici resim anlamına gelmektedir." Anlatılacak konunun eğer fotoğraf ve tipografiyle izahı yetersizse, o zaman illüstrasyon yöntemiyle anlatılır. İllüstrasyon yöntemiyle konu hedef kitlenin anlayabileceği şekilde resmedilir. Hem illüstrasyon hem fotoğraf tipografiyle desteklenerek okuyucuya mesajı iletirler. Tipografi, kuşkusuz gazete tasarımında bilinen en önemli unsur olmaktadır. Tipografi, yazılı dünya aracılığıyla insanlarla iletişim kurabilen bir tasarım sanatıdır. Uğraş alanı gazete, dergi, kitap, el ilanları, afişler, tebrik kartları, iş kartları, broşürler gibi okunması amacıyla tasarlanmış her şeydir (Akdağ, 2009: 35). Tipografi, yazının bir sistem içinde boyutlandırılması, düzenlenmesi, basılı hale getirilmesi sürecini kapsar. Doğru ve kolay iletişim tipografinin olanaklarına bağlıdır. Yazıyı oluşturan karakterin seçimi, harflerin iç ve dış boşlukları, birbirlerine oranı, zemin ve değer ilişkileri algılamadaki önemli etkenlerdir (Demir, 2007: 54).

Tipografide kullanılan yazı karakterinin özelliği de mesajın aktarımı ve okunurluk açısından oldukça önemlidir.

Hangi harf türünün daha kolay okunduğu öteden beri araştırma konusu olmuştur. Fontların arttığı ve harf karakterlerine farklı stillerin uygulanabildiği 20. yüzyılın ortalarında bu konunun önemi daha da artmıştır. Paterson ve Tinker tarafından 1940'da yapılan "Basım harfleri nasıl okunabilir hale getirilebilir?" ve 1963'te yapılan

"Basımın okunabilirliği" adlı iki araştırma harf seçimi açısından temel kuralları belirlemiştir. Bu araştırmalara göre büyük harfler küçük harflere oranla yüzde 30 daha fazla yer tutmaktadır. Bir kişi saniyede 4.74 büyük harf okuyabilirken, aynı sürede 5.38 küçük harf okuyabilmektedir. Tırnaklı harfler, düz harflere oranla daha hızlı okunmaktadır. Araştırmada okuyucuların yüzde 70'i ince ve orta kalınlıktaki (plain) harfleri, yüzde 30'u ise kalın harfleri (bold) tercih etmiştir (Taş, 1993: 48). Bu elde edilen sonuçlara uygun olarak tipografik öğeler sayfa tasarımında kullanılmaktadır.

Görsel malzeme ve fotoğraflar, sayfadaki yazı yoğunluğunu bozan, durağanlığı gideren, estetik açıdan hareketlilik sağlayan ve haber metniyle ilgili destekleyici yönü olan unsurlardır (Şener, 2004: 78).

Görsel materyalleri doğru kullanabilmek ve başarılı sonuçlar alabilmek için görseller hem estetik, hem de teknik bakımından güçlü olmalıdır (Mazlum, 2006: 87).

Görsel materyallerin amaca uygun olarak kullanılabilmesi grafik tasarıma bağlıdır. Tasarımcı ancak teknik ve estetik kaygıyla hareket ettiğinde, amaca uygun bir tasarım gerçekleştirecektir.

Resim 2.1: Gazete Sayfalarında Kullanılan Fotoğraflara Örnek



Kaynak: <http://drawn.ca/archive/award-winning-newspaper-designs/>, 2012

Örnekte görüldüğü haber, sayfada yorumlanırken fotoğraf kullanılmıştır. Habere uygun fotoğraf büyük olarak kullanılırken yazılar ise fotoğraf üzerinde açılan beyaz boşluk alanlarda ve fotoğrafın üzerinde kullanılmıştır. Haberler arasında kullanılan başlıklar, başlıklarda kullanılan puntoların büyüklüğü haber sırasını belirlerken, haberlerin karışmasını önlemektedir.

Resim 2.2: Gazete Sayfalarında Kullanılan İllüstrasyonlara Örnek



Kaynak: <http://drawn.ca/archive/award-winning-newspaper-designs/> 2012

Örnekte görüldüğü haber, sayfada yorumlanırken illüstrasyon tekniği ile görselleştirilmiştir.

Konuya uygun çizim yapılmış ve yazılar çizimle bütünlük oluşturacak şekilde sayfada kullanılmıştır.

Resim 2.3: Gazete Sayfalarında Kullanılan Tipografiye Örnek



Kaynak: <http://www.spd.org/2010/10/cool-daily-newspaper-designs.php> 2012

Örnekte görüldüğü gibi haber sunulurken tipografik uygulamadan yararlanılmıştır. Sayfadaki yazılar farklı punto, renk ve boyutlarda kullanılarak sayfaya daha dinamik bir görünüm kazandırmıştır.

2.2.6. Görsel Materyallerin Temini ve Bilgisayara Aktarılması

Tasarım; bir model, kalıp ya da süsleme yapmak değildir. Bir tasarımın kendi içinde bir yapısı olmalıdır. Bu yapı arkasında bir planlama dahilinde gelişmelidir. Bütün sanatların temelinde bir tasarım olgusu bulunmaktadır. Tasarlama eylemi, oluşturulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti içine alır (Becer, 1997: 32).

Bir tasarım yaparken tasarımın temel öğelerinden faydalanılır: Çizgi, şekil, doku, boşluk, boyut, ton, renk. Bu temel öğeler, kullanılış şekillerine göre sayısız değişik tasarım meydana getirebilirler (Batı, 2006: 7). Ama sadece bunların kullanılması tasarımda yeterli olmayabilir

Tasarlama eyleminin oluşabilmesi için görsel öğelerin estetik kaygılarla temin edilmesi gerekir. Görsel öğeler, aslında sayfada yer alacak her şeyi kapsar. Fotoğraf hemen hemen her yerde karşımıza çıkan görsel materyallerdendir.

Fotoğrafın niteliği, yani baskı sonrasında kağıt üzerinde oluşan görüntünün kalitesi görseli oluşturma yöntemi ile ilişkilidir. Bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle grafik tasarımların tamamı bilgisayar ortamında hazırlanmaya başladı. Dolayısıyla tasarımın bir parçası olan görsellerin de bilgisayar ortamında işlenebilir dijital formata dönüştürülmesi ihtiyacı doğdu (Mazlum, 2006: 87)

Günümüzde gelişen teknolojiyle artık hemen her durum için bilgisayarlar kullanılmaktadır. Bu durumu gazete sayfa tasarımı konusunda da aktif olarak görmekteyiz. Sayfanın düzeni bilgisayar ortamındaki programlarla yapılmaktadır. Bu düzeni gerçekleştirmek için önce metinlere, haberlere uygun görsellerin toplanması gerekmektedir. Habere ve metine uygun görsel olarak fotoğraf kullanılacaksa bilgisayar ortamında çalışılabilecek fotoğraflar çoğunlukla şu yöntemlerle temin edilir:

- İnternette resim indirilebilir.
- Dijital fotoğraf makinesi ile çekim yapılarak dijital fotoğraf oluşturulabilir.
- Geleneksel yöntemle çekilmiş fotoğraflar, bir kitap, dergi vb yayın üzerine daha önceden basılmış fotoğraflar tarayıcı ile taranarak dijital fotoğraf oluşturulabilir.

Bu yöntemlerin dışında hareketli bir görüntüden video capture card kullanılarak sabit görüntüler elde edilebilir. Bilgisayar ekran görüntüleri Print Screen yapılarak kullanılabilir veya bir piksel tabanlı veya vektörel çizim programları kullanılarak dijital görüntüler oluşturulabilir (Mazlum, 2006: 87).

Editörler kullanmayı düşündükleri haberlerle ilgili fotoğrafları bilgisayarda inceledikten sonra, fotoğraflardan uygun olanları seçerler. Bu aşamadan sonra fotoğrafla ilgili teknik hazırlıklar yapılır. Fotoğrafların kullanılacağı ölçeğe göre büyütülüp küçültülmesi, renk tonları, fluluk, zıtlık ayarlamaları, fotoğrafın kesilerek yeniden

karenin belirlenmesi, habere göre fotoğrafın yönünün photoshop programında değiştirilmesi, fotoğrafın amaca göre kırılması, bu teknikle hazırlananlara örnek olarak gösterilebilir.

Ama özellikle kırpma işlemi görsel malzeme sayfa düzeninde farklı estetikler oluşturmak için kullanılmaktadır (Şener, 2004: 100). Fotoğraf için yapılan hazırlık aşamaları diğer görsel materyaller içinde yapılır. Tasarımda mesajı hedef kitleye okutturabilmek yazının görevidir. Bunun için doğru yazı karakteri seçilmeli ve uygun puntoda kullanılmalıdır. Gelişen teknoloji sayesinde şimdi font sitelerinden çok farklı yazı karakterlerine ulaşmak mümkündür. Bu yazı karakterleri mesaja ve tasarıma uygun, şekilde sayfa içerisine yerleştirildiği zaman amacına ulaşır. Anlatılan mesajla ilgili aynı sayfada çok çeşitli fontlar kullanmak karışıklığa sebep olur. Ama sayfada kullanılan fontun italik, bold gibi özellikleri seçilirse o zaman sayfa bütünlüğe uygun bir hareketlilik kazanır.

Sayfada kullanılan karikatür ve illüstrasyonlar, aslında sayfalara daha eğlenceli bir anlatım kazandırmak için kullanılan görsel materyallerdir. Çizim teknikleri ve hayal gücünü buluşturan illüstrasyon ve karikatürler öncelikle elde geleneksel yöntemlerle çizilir, daha sonra grafik tasarım programlarında ekran ve çizim tabletleriyle yeniden yorumlandıktan sayfadaki yerini alır.

Görsel materyallerin belirlenmesiyle tasarım süreci başlar, materyallerin mesaja uygun olarak yorumlanması, bilgisayar ortamına aktarılması ve yayınlanacağı kitle iletişim aracına uygun olacak şekilde yayınlanmasıyla tamamlanır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
İNOGRAFIK (BİLGİ GRAFIĞININ) KULLANIMI

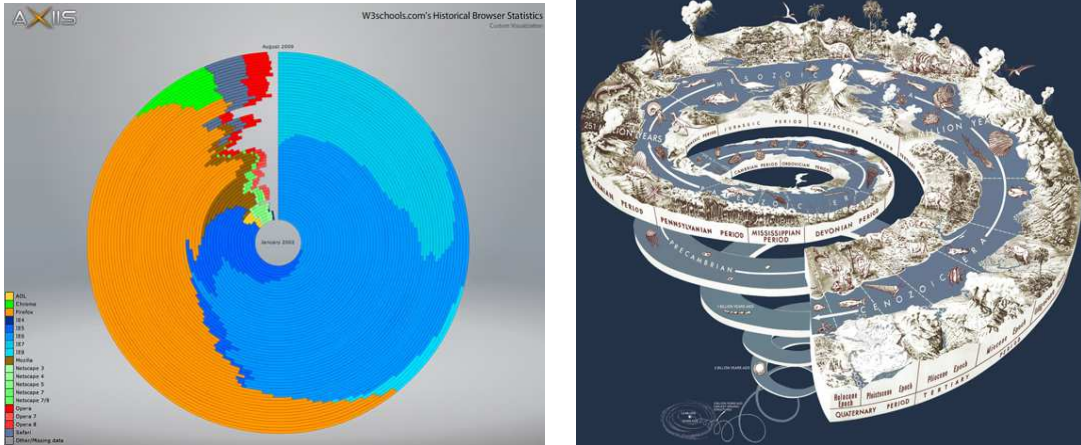
3.1. BİLGİ GRAFİĞİ (INFOGRAFİK)

Bilgilendirme grafikleri ya da infografikler; bilgi, veri ve bilgi birikimlerini görsel olarak sergileyen grafiklerdir. Bu grafikler çok karışık konuları, işaretler, haritalar ve teknik yazarlık ile çok kolay ve açıklayıcı bir şekilde sergiler. Bilgilendirme grafikleri ile bilgisayar, matematik ve istatistik bilimciler tek bir sembol ile süreç bilgilendirmesini yapabilirler ve geliştirebilirler (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, 2012).

İnfografikler bilgilerin ve dataların grafik-görsel temsilleridir. Bunlar bir fikir veya düşüncüyü görselleştirmenin en iyi yoludur. Öte yandan infografikler tasarımın yaradılış aşamasından ötürü en karmaşık alanlarından biridir. Daha sonra görsel olarak sergilenmesi gerekecek birçok kesin bilginin yoğun bir şekilde araştırılarak toplanmasını gerektirir. Büyük ihtimalle en zor kısım araştırma sonuçlarının görselleştirilmesidir. Çünkü tasarımcı verdiği mesajı anlayabilecek en yüksek sayıda izleyiciyi yakalamak zorundadır (<http://smashinghub.com/10-extremely-yet-informative-infographic.htm> 2012)

İletişim sürecinin amacına uygun ve doğru gerçekleşebilmesi için, ‘iletişim sürecin de iletilecek şey’ olarak tanımlanan mesajın doğru bir şekilde alıcı tarafından algılanması gerekir (Aktaş, 2005: 34). İnfografikler (bilgi grafikleri) mesajı anlaşılır ve kalıcı şekillerde alıcıya sunulması amacıyla kullanılmaktadır. Tasarımın öğelerinin ve prensiplerinin etkin biçimde kullanılması mesajın iletilmesi sürecini önemli bir şekilde etkiler. Sürecin ilk aşaması olan, dikkat alanına girme ve seçilme ile tanımlanan algılama, bu öğelerin düzenleniş şekline bağlıdır. Bu, iletilmek istenen mesajın, izleyicinin değişik kaynaklar aracılığıyla her an maruz kaldığı binlerce mesaj içinde kendine bulacağı yeri belirler (Batı, 2006: 28). İnfografik kullanımlarında izleyiciye sunulan mesajın sadeleştirilmesi ve kalıcı bir boyut kazanmasıdır. İnfografik kullanımlarla mesaj tasarım elamanları kullanılarak yapılan görsel tasarımlarla izleyiciye aktarılır. Kullanılan renk, tipografi, fotoğraf ve çizimler mesajın özelliğine uygun olarak seçilir ve mesaj en sade şekliyle alıcıyla buluşur. Böylece alıcı üzerinde kalıcı bir etki elde edilemeye çalışılır.

Resim 3.1: İnfografik Tasarım Örnekleri



Kaynak: <http://smashinghub.com/10-extremely-yet-informative-infographic.htm>, 2012

İnfografik tüm dünyada görsel iletişimin yer aldığı hemen hemen her alanda karşımıza çıkmaktadır. Ülkemiz açısından çok yeni bir kavram olsa da yabancı basında ve medyada bu kavrama gerçekten çok değer verilmektedir. Hatta infografik üzerine yarışmalar düzenlenmekte, web sayfaları yapılmakta ve bir görsel anlatım şekli olarak bir çok alanda yaygın olarak kullanılmaktadır.

3.2. BİLGİ GRAFİĞİ (İNFOGRAFİK) NEDİR?

İnfografik Türkçeye tam olarak çevrilememiş bir anlatım türüdür. Info (bilgi) ve grafiğin birleşimi olarak tanımlanmaktadır.

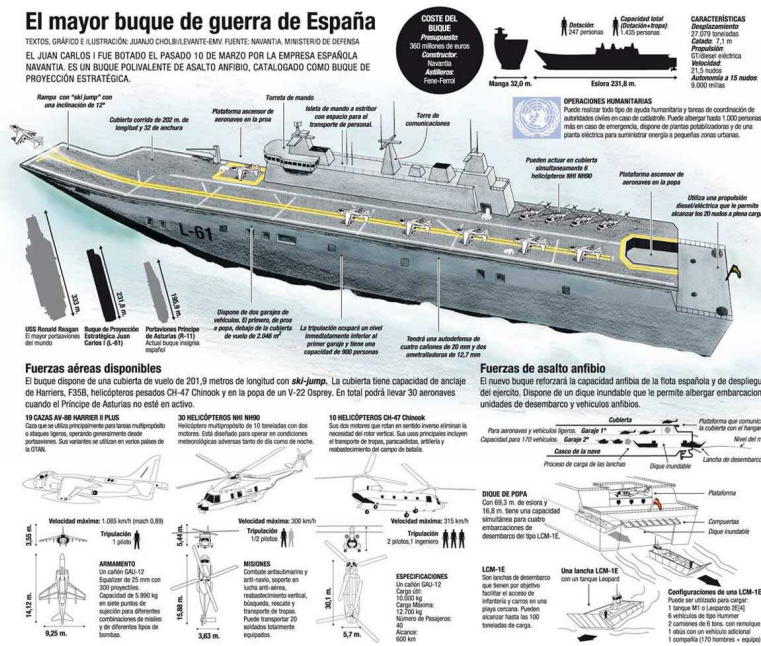
Bir bilginin, olayın ya da içeriğin tek başına yazı ile değilde yazı ve görselin bir bütün olarak tasarlanarak sunulmuş haline verilen isimdir. Bu grafikler; işaretler, haritalar, yayıncılık, kullanım kılavuzları ve eğitim gibi bilginin çabuk ve basit olarak aktarılması gereken her yerde kullanılmaktadır (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html, 2012).

Bilgilendirme grafiklerini bilimsel ya da basit düzeyde medyada ve yayımlanmış çalışmalarda görmekteyiz. Bu metinler kullanışsız yazı formlarını bilgilere dönüştürürler ve dur-git gibi günlük hayatta kullandığımız görsel bilgiler için kullanırlar (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, 2012).

Bazı durumlarda, bir alanda geliştirilen bilgi grafikleri diğer alanlara direk olarak uygulanabilirler. Başka durumlarda ise grafikte yapılan küçük değişiklikler grafiği kullanışlı hale getirebilir, ya da bazı durumlardaysa, belli bir bilgi grafiğinde işe yaramayabilir oysa ki grafik elementlerinin nasıl kullanılacağı fikri tamamen yeni bir grafik dizaynını tetikleyebilir. Uygulama özellikli bilgi grafiklerine dahil edilmesinin amaçlarından biri grafik fikirlerinin bir alandan diğerine geçişinde bir katalizör olarak hizmet etmesidir (Harris, 1996:5).

İnfografikler görsel iletişimin hitap ettiği her alanda karşımıza çıkmaktadır. Videolu görüntülerde, kitaplarda, gazetelerde, dergilerde vb birçok alanda sürekli kendini geliştirerek hitap ettiği alanları genişletmektedir. Çünkü infografikler hem eğitim, hem gazetecilik hem de sunumlar için son derece önemlidir. İnsanlar görsel yaratıklardır. Çünkü bir fotoğraf binlerce kelimeyi tek seferde anlatabilmektedir. Bu durum da görsellerle birleştirilen haberin dikkat çekiciliğini, sunum sahası hangi iletişim kaynağı olursa olsun anlaşılabilirlik düzeyinin daha fazla olduğunu göstermektedir (<http://multar.blogcu.com/internet-haberciligi-ve-geleneksel-habercilikten-farklari/> 454027 2012).

Resim 3.2: İnfografik Haber Örnekleri



Kaynak: <http://justrambling.sg/?tag=the-new-paper&paged=2>, 2012

3.2.1. İnfografik Çeşitleri

İnfografikler anlatacakları bilgilerin özelliklerine ve sunum şekillerine göre türlere ayrılmaktadır. Bunları; erişimli infografik, çoklu ortam, durağan infografik ve hareketli infografik başlıkları altında toplayabiliriz.

Etkileşimli İnfografik

Etkileşimli infografik olan bilgiyi veya olayı kişilerin tercihine göre sunar. Hangi bilgiyi hangi sırayla alacağına kişinin kendisi karar verir. Etkileşimli infografik'e genellikle internette veya elektronik aygıtlarda rastlanabilir. Çoklu ortamda (multimedya) infografik, sosyal medya ve ağların popüleritesinin artmasıyla çok fazla kullanılmaktadır (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html 2012).

Çoklu ortam

Çoklu medyanın (metin, ses, video, canlandırma ve etkileşimin) bir araya gelmesi olarak algılanmaktadır. Fakat bu bir araya gelme, bir birleşme şeklinde değil yan yana durma şeklinde olmaktadır. Parçalar uygun şekilde birleştirilebilirse daha başarılı infografik ortaya çıkar (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html 2012).

Durağan İnfografik

Bütün bilgileri bir anda sunan İnfografik çeşididir. Yayın grafikleri, haritalar, ürün kullanım kılavuzları durağan İnfografik başlığı altında yer alır. Kağıt ya da ekran üzerinde yer alabilmektedir. İnternet ülke kodlarını basit bir tabloyla listelenmek yerine, dünya haritasını oluşturacak şekilde kullanıldığı poster durağan infografiğe bir örnektir (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html 2012).

Resim 3.3: Durağan İnfografik Örneği



Kaynak: <http://submitinfographics.com/all-infographics/2010-weird-wacky-world-news-headlines.html> 2012.

Hareketli İnfografik

İçeriği bir akışa yayarak sunan infografiktir. Animasyonlar veya video üzerine bindirilmiş grafik katmanlar buna örnektir. Tek veya az kareyle ifade edilemeyen süreçleri aktarmak için daha uygundur. Böylece anlatım daha akışkan ve doyurucu olmaktadır. Hareketli bilgi grafiği ile belgesellerde ve televizyon haberlerinde sık karşılaşmak mümkündür (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html 2012).

3.3. BİLGİ GRAFİĞİNİN (İFOGRAFİĞİN) TARİHİ

3.3.1. Görsel Dilin Gelişimi

Görsel dil, görsel iletişimin oluşmasını sağlayan temel etkindir. Görsel iletişim, bir takım sembol ve işaretler aracılığı ile insanlar arasında, söze gerek duyulmaksızın iletişim sağlayan evrensel bir iletişim şekli olarak tanımlanabilir. Görsel iletişimin temelini oluşturan görme yeteneği algılamada önemli bir rol oynar. Çünkü tarih içinde görme yeteneği konuşmadan önce gelişmiştir. İnsanlar, konuşmayı

bilmedikleri çok eski zamanlarda, görsel olarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir (Başer, 1994: 4). Mağara resimleriyle başlayan görsel dil, buradan da anlaşıldığı gibi insanın varoluşundan bu yana insana paralel olarak çevreye ve zamana uygun bir gelişim göstermiştir. Başer'e göre görsel dil belli bir sisteme dayanan işaretler kümesinden oluşur. Bunun ilk örnekleri olarak, tarih öncesi kaya çizimleri, işaretler, odun kertikleri ve resimli yazılar kabul edilmektedir. Görsel dilin temelleri işaret ve sembollere dayanmaktadır (Başer, 1994: 4).

Sembol ve işaretler, çevremizi anlamamızda, nesneleri amacımız doğrultusunda kullanmamızda, toplumsal ilişkilerin düzenlenmesinde önemli bir yere sahiptir. İşaretler bir durumu, eylemi ya da bir olayı işaret eden görsel elemanlardır. Sembollerden en belirgin ve ayırt edici farkı; işaretlerin mesajının doğrudan ve tanımlanmış bir boyutta olmasına karşın, sembollerin ardından bir öykü ya da bir olayı barındırıyor olmasıdır (Uçar, 2004: 23).

Sembol bir kavramı temsil eden somut şekiller, nesneler yada işaretlerdir. Görsel dilin temelleri sembol ve işaretlerin zaman içerisinde ihtiyaçlara göre şekillenmesiyle oluşmuştur.

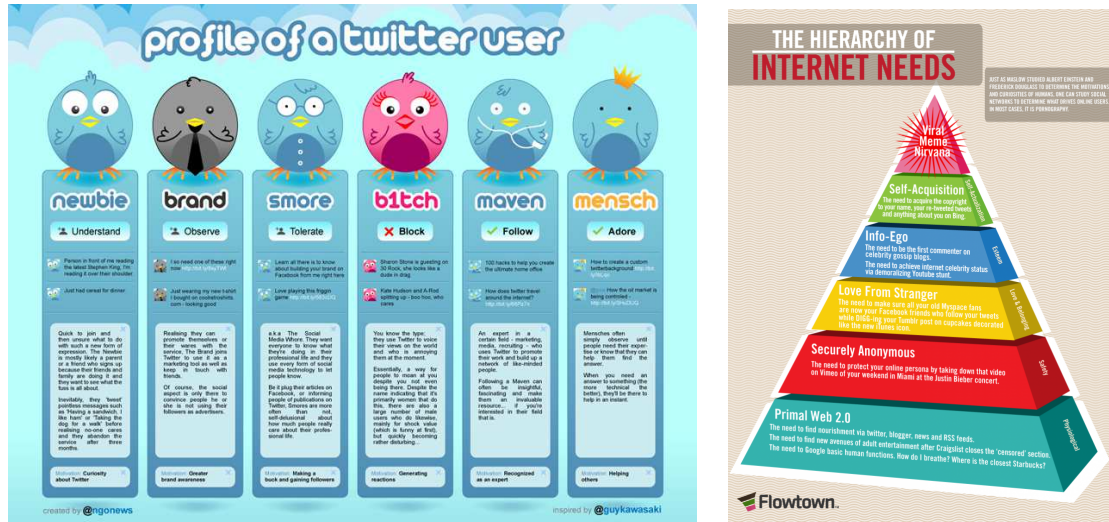
1936'da Otto Neurath görsel ve resimlerin uluslararası dili olarak işlev gören pictogram dilini tasarladı (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, 2012). Piktogram, bir kavram veya fikri görsel hale dönüştürmek için sembollerle yalın şekilde oluşturulan resimsel-yazı şeklidir (Başer, 1994:13).

1958 yılında Stephen Toulmin ya Görsel iletişim, bir takım sembol ve işaretler aracılığı ile insanlar arasında, söze gerek duyulmaksızın iletişim sağlayan evrensel bir iletişim şekli olarak tanımlanabilir yargılama teoremlerinin ve uygulamalarının etkili olduğu grafiksel bir argüman modeli hazırladı. 1972 Münih Olimpiyatları'nda Otl Aicher mekanını tanıtmak için her yerde kamu işaretleri yerine modern basit figürler ve yeni bir dizi piktogramlar kullandı.

Ayrıca 1972 yılında Pioneer Plaque Pioneer 10 sondası ile uzaya fırlatıldı. Carl Saga ve Frank Drake tarafından tasarlanan bir plak içine yazılı bilgi grafiği yıldızlar arası mesaj taşıyan bir tasarımdı (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, 2012). Zamanla görsel dil geliştikçe bu durum, bir çok grafik tasarım ögesini içinde bulunduran bilgi grafiklerini de olumlu yönde etkilemiştir. Popülerliği sayesinde

infografikler hızlı bir şekilde büyümeye devam etmektedir. Google'daki arama sonuçlarından bile bu durumu gözlemlemek mümkündür. Birçok internet pazarlama şirketleri web kullanıcılarını viral içerik üretmek için infografikleri tercih etmektedirler.

Resim 3.4: Sosyal Konular İçin Tasarlanan İnfografik Örnekleri



Kaynak: <http://www.designluga.com/general/11-creavite-infographics/>, 2012

3.3.2. İlk Deneyimler

İnsanlar yüzyıllardır görsel imgelerle iletişim kurmaktadır. Yazılı kelimeler olmadan önce, piktograf, mağara resimleri ve hiyeroglifler vardı (Palilonis, 2006 :4).

İnfografik, tarih öncesi ilk insanlar tarafından mağara resimlerinde ve daha sonra haritalar oluşturularak kullanılmıştır. İnfografik'in ilk örneklerinden sayabileceğimiz M.Ö. 7500 yılına ait Çatalhöyük'te duvara çizilmiş haritayı sayabiliriz. Avustralya Kuzey Bölgesi Kakadu Milli Park'ında bulunmuş M.Ö. 6000 yılında duvara çizilmiş olan yerli figürü ve yaklaşık 1400- 1500 yılında Mansur İbn Muhammad İbn Yusuf İbn İlyas tarafından resmedilmiş insan anatomisini anlatan "Tashrih-i Badan-i İnsane" adlı Pers el yazması bunlara verilecek örnekler arasındadır. (<http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografiknedir.html> 2012).

Harita yapımı yazı bulunmazdan binlerce yıl önce M.Ö 7500 yıllarında Çatalhöyük'te başladı (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, 2012). Daha sonra arkeolojik buluşlar Eski Mısırlıların kullandığı sembolik ve ikonik şekillerin yazılı bir iletişim şekli olarak en eski yazı şekli olduğunu düşündürmektedir. Çin, Mezopotamya ve Amerika'daki antik kültürler de modern yazılı dil sistemlerine ve yerli alfabelerine dönüşmeden önce ilk olarak benzer şekilde ikonik sistemleri kullanmışlardır (Palilonis, 2006:4).

Büyükbaş hayvan ve stokları kayıt altına almak için infografik çizimler kullanıldı. Mezo Amerikan yerlileri geçmişteki yolculukları tasvir etmek için kullandılar. Okunamayan hikaye ve anıların anlatımı için açıklayıcı ve destekleyici unsur oldular. 1626 yılında Christopher Scheiner'in yayınladığı güneşi incelediği astolojik araştırma kitabı Rosa Ursina sive Sol'da çeşitli grafikleri kullanmıştır. Güneşin zaman içindeki dönüş rotasını açıklamak için resim serilerini(güneş izlerini takip ederek) kullanmıştır. 1786 yılında, William Playfair Ticari ve Siyasi Atlası adlı kitabında ilk veri grafikleri yayınladı. Kitap 18.yy İngilteresinin ekonomisini anlatan ve açıklayan istatistiksel grafikler, çubuk grafikler, çizgi grafikler ve histogramlar ile doludur. 1861 yılı Napolyon'un Moskova'daki yıkıcı yürüyüşüne dair yeni ufuklar açan bilgi grafiklerine sahne oldu.

Yaratıcı Charles Joseph Minard; yenilgiye neden olan dört farklı değişken değişimini iki boyutlu tek bir görüntü yakaladı. Ordunun hareket ettiği yön, bölüğün geçtiği yollar, açlıktan ve yaradan ölen ordudaki bölüğün büyüklüğü, donarak ölmüş olanlar.

1878 yılında James Joseph Sylvester kimyasal bağlar ve matematiksel özellikler arasındaki ilişkiyi gösteren bir yayınında grafikleri kullandı bu grafikler ilk matematiksel grafiklerdi (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, 2012).

1800'lerin sonlarından 1900'lerin ortasına kadar, gazeteler belli başlı olayların bir raporu olarak gösterim (ilüstrasyon), tablo ve haritaları gitgide fazlaştıran birleştirdi. 1886'da dizgi makinelerinin icadıyla, dizgi otomatikleşti ve yayımcı ve editörlere gazetelerinde daha büyük ve daha fazla sayıda grafik ve resim dahil etmeleri için fırsat verdi. Aslında iki dünya savaşında da Birleşmiş Milletler gazeteleri haritalara çok sık olarak okuyuculara çatışmanın durumu hakkında önemli bilgiler sağlaması için

yer vermişti. Ve 1960 ve 1970'ler boyunca tablolar ve diyagramlar birçok Amerikan gazetesinde günlük olarak boy göstermeye başladı (Palilonis, 2006: 4).

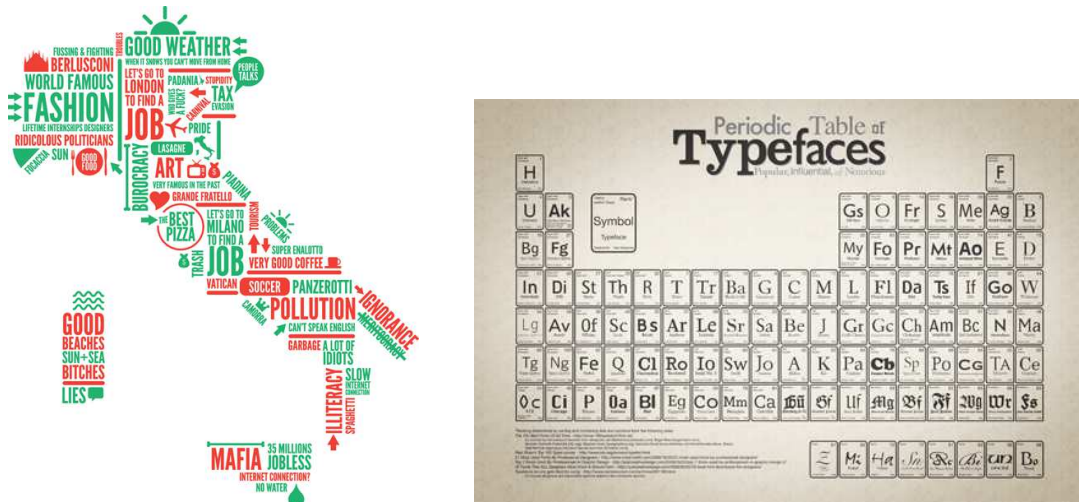
3.4. BİLGİ GRAFİĞİ (INFOGRAFİK) UYGULAMALARI

3.4.1. Bilgi Grafiğinin Yapımında Kullanılan Grafik Uygulamalarına Genel Bakış

Bilgi grafikleri yapılırken çok değişik uygulamalar kullanılabilir. Çünkü verilmek istenen bilginin durumuna göre mesajı en etkili nasıl vermek mümkünse ona göre bir yol izlenmektedir. Bilgi grafiklerini incelediğimiz zaman mesajın, grafik tasarımının içerisinde yer alan tipografi, illüstrasyon yada fotoğraflarla kuvvetlendirerek anlatıldığı görülmektedir.

Tipografi, yeni yazı şekilleri tasarlama veya yazıları kullanarak etkili tasarımlar oluşturma sanatı olarak tanımlanır. Uygulamada ise tipografi bir ürünün üzerinde kullanılacak yazı karakterinin ve bu yazıların büyüklüklerinin (punto) seçimi, bunların sayfalara en uygun şekilde yerleştirilmesi ve düzenlenmesi konularını kapsar. Tipografiyle hazırlanan tasarımların estetiği, kalitesi, okunurluğu ve imajı üzerinde belirgin bir etkiye sahiptir (Mazlum, 2006: 45).

Resim 3.5: Tipografinin Belirgin Şekilde Kullanıldığı İnfografiklere Örnekler



Kaynak: <http://inspiredm.com/10-coolest-typographic-infographics/>, 2012.

Görüldüğü gibi bilginin grafik öğelerle desteklenmesi noktasında tipografinin önemi büyüktür. Tasarıma uygun yazı karakteri ve punto seçimiyle, verilmek istenen mesaj üzerindeki etkiyi arttırmak mümkündür. Ama şüphesiz ki en fazla infografik uygulamalarını net şekilde görselliğe dökabilen illüstrasyon yöntemidir.

İllüstrasyon farklı konuları, başlık gibi sözel unsurları, görsel olarak ayrıntılı bir şekilde; özellikleri ile birlikte yorumlayan tüm unsurlara verilen genel addır. İllüstrasyon; basın yayın illüstrasyonları, tıbbi illüstrasyonlar, moda illüstrasyonları, teknik illüstrasyonlar, doğa tarihi illüstrasyonları, reklam illüstrasyonları, bilgi ve istatistik illüstrasyonları, mozaik illüstrasyonlar gibi türlere ayrılır. İllüstrasyonun hemen hemen her türünü infografik uygulamalarında kullanmak mümkündür. Ama içlerinden bazıları farklı şekillerde yorumlanarak daha geniş bir kullanım sahasına sahiptir.

Gazete, ansiklopedi, dergi ve buna benzer kitaplarda bulunan roman, şiir, makale, haber, öykü ve yazılı açıklamaları anlatan çizim ve görüntülere yayın illüstrasyonları denir (Becer, 1997: 210).

Bu yayın illüstrasyonları sadece haberi illüstrasyon olarak anlatabildiği gibi, infografik uygulamalarında ana çatısını oluşturmaktadır. Çünkü bilgi ve sayısal verileri çoğu zaman tipografi ve fotoğrafla anlatmak pek mümkün değildir. Özellikle teknik bilgi verilen konularda yayın illüstrasyonlarının yanında birde teknik illüstrasyonlar kullanılır.

Teknik illüstrasyon grubuna giren ayrıntılı çizimler, jeoloji ve mekanik gibi uzmanlık gerektiren alanlar için tamamlayıcı ve öğretici amaçlarla üretilir. Bu alanda çalışan bir illüstratör, fotoğraf makinesinden daha fazlasını elde etmeyi amaçlar. Ayrıca illüstratör, çalıştığı konu üzerinde daha önemli olanı vurgulamak amacı ile gerektiği zaman sadeleştirme, ayıklama veya gerçeklik duygusunu yok etmeyecek biçimde abartma yöntemlerinden de yararlanabilir (Becer, 1997: 211). Böylece infografikler üzerinde daha kalıcı bir etki oluşturmak mümkündür. İllüstrasyon yöntemlerinden en çok infografiğe hitap eden yöntem; bilgi ve istatistik illüstrasyonlarıdır. Bilgi ve istatistik illüstrasyonları bir bilgi ya da konuyu aktarmak amacıyla yapılan illüstrasyonlardır (Tepecik, 2002: 81). Burada en önemli nokta bilgilerin okuyucunun dikkatini çekecek şekilde olmasıdır. Günümüzde bilgi aktarım

organlarının artmasıyla bu illüstrasyon yönteminin daha da yaygınlaştığını görüyoruz. Bilgi ve görüntüyü birleştirmeyi amaçlayan bilgi ve istatistik illüstrasyonları kitaplardaki bilgiler, internetteki haberler ve gazete haberleri olmak üzere birçok alanda infografikleri kalıcı görsel öğelere dönüştürmektedirler.

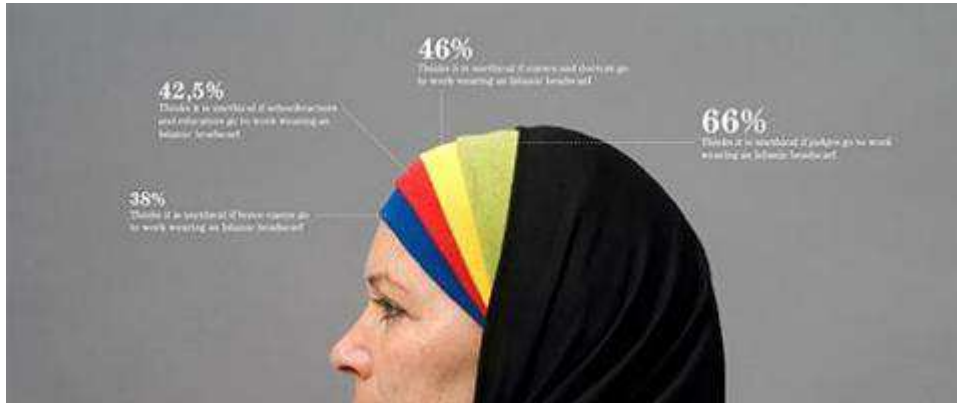
Fotoğraf görsel iletişimin her alanında önemli bir yere sahiptir. İnfografiklerde de fotoğraf önemli bir yere sahiptir. Sunulacak bilgiyi anlatacak nitelikte fotoğraf bulunması infografik uygulama sürecini hızlandıracaktır. Görüntü bankaları, internet ve fotoğraf sitelerinde verilmek istenen mesaja uygun fotoğraflara ulaşmak her geçen gün daha da kolay olmaktadır. Fotoğraf kullanılan infografikleri, diyagramlar, piktogramlar, tipografi ve sembollerle zenginleştirilerek, illüstrasyon yöntemiyle tasarlanan infografiklere göre daha seri olarak uygulayabilmek mümkündür.

Resim 3.6: Fotoğrafın Kullanıldığı İnfografiklere Örnek



Kaynak: http://www.digitalschweinshaxe.net/blog/infographics_in_real_life/, 2012

Resim 3.7: Fotoğrafın Kullanıldığı İnfografiklere Örnek



Kaynak: http://www.digitalschweinshaxe.net/blog/infographics_in_real_life/, 2012

3.4.2. Bilgi Grafiği (İnfografik) Tasarlanırken Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

İnfografik söz konusu olduğunda ne tasarımın iyiliğinden ne de bilgilerin doyuruculuğundan ve doğruluğundan vazgeçilemiyor. Her iş gibi bu da maharet gerektiriyor tabii. Bakmakla görmek arasındaki fark en çok ‘iyi bir infografik nasıl yapılır?’ sorusu bu noktada önem kazanıyor (<http://blog.abdullahturhan.com/category/infografik-nasil-hazirlanir-infographic-nasil-hazirlanir/> 2012). Bilgiyi sunuşun bazı metodları izleyiciyi sık sık yanılttığı bulunmuştur. Bu metodlar birçok kere kullanılır çünkü grafiği hazırlayan kişi tehlikenin farkında değildir ya da başka bir alternatif bilmemektedir (Harris, 1996:5).

Yüksek miktarda datayı ya da karmaşık olabilecek bilgileri aktarabilmek/anlatabilmek adına infografikler son derece kullanışlıdır. İnfografikler, normalde bir makaleye baktığınızda gözünüzden kaçan rakamları ve önemli rakamsal verileri son derece iyi bir şekilde fark edilebilir kılabilir. Bu anlamda hem eğitim, hem gazetecilik hem de sunumlar için son derece önemlidir. (Tiffany Farrant-Gonzalez, 2011) Böylece bir fotoğraf yada görsel grafik öğelerle binlerce kelimeyi tek seferde anlatmak mümkün olmaktadır (<http://blog.abdullahturhan.com/category/infografik-nasil-hazirlanir-infographic-nasil-hazirlanir/> 2012). Uzun zamandır ortalıkta çok sayıda bilgi grafikleri bulunmaktadır ancak onları üretmenin etkili bir yolu olmadığı için geniş çapta kullanılmamışlardır (Harris, 1996: 5). Ama masaüstü yayıncılığın gelişmesiyle birlikte, yeni çıkan grafik tasarım programlarının tasarımın her alanında rahatça

kullanılması bilgilerin farklı şekillerde sunulması arayışını doğurmuştur ve böylece infografik uygulamalar daha fazla tercih edilir olmuştur.

Bilgi grafiğinin haberi yada mesajı en iyi şekilde verebilmesi için dikkat edilmesi gereken noktalar vardır. Bu noktaları şu şekilde sıralayabiliriz.

1. Öncelikle infografik olarak sunulacak bir konu olmalıdır ve insanların ilgisini çekebilecek şekilde düzenlenmelidir.
2. İnfografikleri hazırlarken öncelikle tasarımla başlamak cazip görünse de, öncelikle veriler toparlanmalıdır. Daha sonra iş grafik tasarımının sahasına girer, verilerin niteliği incelenir ve uygun tasarımla hikaye anlam kazanır.
3. Tasarımda gereksiz kalabalıktan kaçınmak gerekir. Çok fazla tablo ve grafik infografiğin karışık ve anlaşılmasız bir hal almasına neden olur. Önemli olan kullanılan her öğenin mesajı verecek sadeliğe sahip olması ve tasarımın geneline anlam katabilmesidir.
4. Her zaman basit ve temel grafikler infografiğin içerisinde yer alır, çünkü son derece etkili ve sade görselleştirme araçlarıdır. İnfografikler karışık bilgileri sadeleştirmek amacıyla kullanıldıkları için, bu grafiklerin kullanılması infografiği daha anlaşılır yapar ve mesaj daha etkili iletilir.
5. İnfografik içerisinde sunulan sayısal değerler okunur ve anlaşılır olmalıdır. Çok gösterişli tasarımlar içerisinde bilginin kaybolmamasına, mesajın okuyucuya ulaşabilmesine dikkat edilmelidir.

3.4.3. Bilgi Grafiği (İnfografik) Tasarımındaki Anahtar Noktalar

Bilgi grafiklerinin (infografiğin) gelişen teknoloji ve programlar ışığında bilgisayar ortamında olmaktadır. Ve infografik tasarımında en önemli rol şüphesiz ki grafik tasarım uygulamalarına düşmektedir.

Grafik tasarım, mesaj iletme veya tanıtım yapma kaygısı taşıyan görsel iletişim sanatıdır (Mazlum, 2006: 99). İnfografiğinde asıl amacı mesajı ya da haberi en anlaşılır şekilde sunabilmektir.

İnfografikleri tasarlamak aslında sadece rakamları bilgileri gelişi güzel sıralamak, tasarım programlarını kullanarak sıradan bir şekilde görselleştirmek değildir. İnfografiklerin tercih edilirliliğinin yüksekliği ve sevilmesi, görsel anlatımları ile insanlara bilgiyi daha eğlendirici ve akılda kalıcı şekilde sunmalarıdır.

Jeff Goertzen, Grafik ve Tasarım Danışmanına göre; İnfografik hazırlamak genelde takım işidir (<http://blog.abdullahturhan.com/category/infografik-nasil-hazirlanir-infographic-nasil-hazirlanir/> 2012).

İyi bir infografik için dikkat edilmesi gereken bazı anahtar noktalar vardır. Bunlar; Fikir: Hangi grafik tarzı okuyucunun ilgisini daha çok çeker, hangisi hikayeyi daha çok betimler / geliştirir? Bu konuda iyi bir fikriniz olması gerekmektedir.

Planlama: Tasarımı önceden planlanmalıdır. İyi bir tasarım yapabilmek için yeterli vakit ayırmanız gereklidir. Bilgi: İyi ve kuvvetli bir bilgi yoksa hiçbir grafik ne kadar estetik olursa olsun aslında infografik olmaz. Görsellik: Çok karışık ve komplike bir tasarım yapılmamalıdır. Elit, doğru stilde, ilgi çekici ve anlaşılır bir tasarım yapılmalıdır.

Editleme: Grafik tasarım ne kadar iyi olursa olsun, eğer editoryal anlamda hatalar varsa güvenilirlik kaybolabilir. İnfografiğin iyi editlendiğinden emin olunmalıdır. (<http://blog.abdullahturhan.com/category/infografik-nasil-hazirlanir-infographic-nasil-hazirlanir/> 2012).

Bu noktaların dışında birde tasarımın uygulanma sahası mevcuttur. Tasarımı sağlayan grafik tasarım fiziksel bir süreçtir (Mazlum, 2006:99). Bu süreçte tasarımı yapmak için metinler, haberler grafik tasarım programları olan photoshop, corel, freehand, illüstratör vb. grafik tasarım programlarında bilgisayar ortamında tasarlanmaktadır.

3.4.4. Dünya ve Türkiye’de Bilgi Grafiği (İnfografik)

1980’lerin başında Macintosh bilgisayarlarının çoğalmasına kadar, bir çok haber bürosunda bilgi grafiğiyle anlatım görsel hikayecilik için çok önemli bir metod olmuştur. Mac’in gelişmesiyle, grafik yazılımlarının yanı sıra, bazıları hala kullanılıyor

ama diğlerleri artık sadece dinozorlar, son güne kadar ayrıntılı haritalar, tablolar ve diyagramların oluşumu daha kolay ve verimli olmuştur (Palilonis, 2006:4).

Değişen yayıncılık anlayışıyla yabancı basın bir olayı, okuyucularına paragraflarca yazı okutmak yerine net, insanları konuya çeken, amacına uygun ve anlaşılması kolay hatırlanan bir biçime sokarak anlatmak konusunda uzun zamandır uğraş vermektedir. Yayıncılıktan genel reklam pazarlama içerisine yeni sosyal medyadan bloglara infografik hayatın içinde çok sık kullanılmaktadır. Örneğin Norveç’li elektronik müzik grubu Röyksopp “Remind Me” adlı parçasına çektiği video klibi hareketli infografik şeklinde hazırlamış, büyük ilgi toplayarak MTV Video Müzik Ödülleri, 2002’de en iyi video klip ödülünü kazanmıştır. NAO (News Artists Association - Haber Sanatçıları Derneği), SND (Society for News Design - Haber Tasarımcıları Topluluğu), IIID (International Institute of Information Design - Uluslararası Bilgilendirme Tasarımı Enstitüsü), Visual Editors gibi bir çok meslek kuruluşu infografik tasarımcılarına yönelik çalışmalar sürdürmektedir (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html, 2012).

Görüldüğü gibi infografik, gelişen teknolojiye paralel olarak sürekli kendini geliştirmekte ve hitap ettiği alanı her geçen gün daha da arttırmaktadır.

Türkiye’de ki durum ise çok iç açıcı değildir. İnfografik henüz yeterince gereksinim duyulan ve batıdaki anlamda kullanılan bir yöntem haline gelememiştir. Özellikle ülkemiz yazılı basını, okuma kültürü yeterince yerleşmemiş olan okuyucu kitlesine ilk sayfadan olabildiğince ulaşabilmek amacıyla, bu sayfaya gereğinden fazla karışık hazırlamaktadırlar (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html 2012).

Aslında Türkiye için infografik terimi yeni yeni oluşmaya ve kabul görmeye başladı. Türkiye deki durumu Nedim Caner Üstün, Dekatlon Buzz Kreatif Grup Koordinatörü şu şekilde özetlemektedir: Tüketici tarafında yazı okumak işimize gelmiyor. Her şeyi video ile tüketen bir toplumuz. Üretici tarafındaysa videonun üretim maliyeti ve zahmetinin yanında, yayılımında kalitenin ve branding’in korunması ile ilgili sorun yaşanıyor. Tam da bu noktada, içeriği hem üreten hem de tüketen açısından çok kolay ulaşılabilir bir orta nokta olarak imdada yetişti infografikler. Nispeten kolay üretilebilir ve kolay tüketilebilir ürünler bunlar. Şimdilerde infografiklerin interaktif

örneklerini de görmeye başladık ki aslında bu, hem içerik hem de görsel olarak tüketicinin ihtiyacına daha da yaklaşarak gelişeceğinin güzel bir işaretidir. (<http://blog.abdullahturhan.com/category/infografik-nasil-hazirlanir-infographic-nasil-hazirlanir/>, 2012). Ama maalesef ülkemizdeki infografik kullanımları diğer ülkelerin gerisinde kalmaktadır. Çünkü burada da görev öncelikle grafik tasarımcılardan önce editörlere düşmektedir.

Örneğin 17 Haziran 2007 Fransa genel seçiminin sonuçlarını duyuran Le Figaro gazetesinin ilk sayfasıyla, 22 Temmuz 2007 genel seçiminin sonuçlarını duyuran Milliyet gazetesinin ilk sayfaları arasındaki fark bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. Fransız Le Figaro gazetesi, genel seçim sonuçlarını tam sayfa infografik kullanarak okuyucularına duyururken, Türk gazetesi Milliyet'in genel seçim ertesi manşeti netlikten ve sadelikten uzak bir izlenim vermektedir. Türkiye'de infografik ile uğraşan az sayıdaki tasarımcı, gazetelerde daha çok ekonomi sayfalarındaki çubuk grafiklerini veya görsel malzemesi bulunamayan çok önemli haberleri görselleştirmeleri için çalıştırılmaktadır (http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html 2012).

Bu durum daha çok editörün tercihinine göre şekillenen bir durumdur. Grafik tasarımcı öncelikle editörün haberin sunulma şekline karar vermesi üzerine tasarımını gerçekleştirebilir. Aslında artık Türkiye de infografik tasarım örneklerini başta gazeteler olmak üzere daha çeşitli ve farklı alanlarda görmemiz mümkündür. Ama bu durumun Türk toplumu olarak ne kadar farkındayız ve bu duruma ne derece önem veriyoruz soruları ayrıca bir araştırma konusu olabilecek niteliktedir.

3.4.5. Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafikleri (İnfografikler)

Bilgi grafikleri her zaman medeni kültürün bir parçası olmuştur. Ve insan bilgisi Rönesans ve Aydınlanma çağı boyunca değiştiğinden, önemli bilimsel, ekonomik ve sosyal verilerin kaydedildiği daha sonraları daha sonraları önemli bilgilerin haberlerle ya da olayların kitlelerle bağlantısı olan bir iletişim methodu olarak haritaların, tabloların ve diyagramların da kullanımı değişmiştir (Palilonis, 2006:4).

Kitle iletişimde geçmişten bugüne önemli bir yeri olan gazeteler, görsel iletişimi kuvvetlendirmek için haberlerini infografik uygulamalarla sunmaktadırlar.

Haber infografikleri, haberlerin daha anlaşılır bir şekilde okuyucuya aktarılması amacıyla kullanılan görsel iletişim aracıdır.

Gazeteler infografikleri genel olarak hava durumlarının yanı sıra haber değeri olan haritalar ve site planlarını ve istatistiksel veri grafiklerini göstermek için de kullanırlar (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, 2012). Basılmış gazete 21. yüzyıla yaklaşırken, çizelgelerin, haritaların ve diğer grafik araçlarının artan kullanımı hikayenin hem görünümünü hem de yöntemini etkilemeye devam etmektedir.

Modüler tasarımı, bilgilendirme amaçlı grafikleri ve arttırılmış renkleri beraberinde getiren son zamanlardaki tasarım devrimi; bugünün gazetesini hiç olmadığı kadar çekici, seyredilebilir ve anlaşılmaya müsait hale getirmiştir. Grafiklerin işlevine ve editörlerin grafik sanatçıları gazeteci olarak kabullenmesine yönelik daha sağlıklı bir basın odası tutumu, gazete grafiklerini sürekli artan bir intizamla hem ön sayfaya hem de gündeme yerleştirmek konusunda kaynaştırmıştır (Utt and Pasternak,2000).

Gazetelerde infografiklerin kullanımı USA Today'in 1982'de bulunması, 1980'de olmaya başlayan bilgi grafiği patlaması birçok endüstri uzmanı tarafından bir katalizör olarak görülür. Onların yazma amaçları basitti: okunması kolay ve eğlenceli hikaye paketlerini sıkı bir şekilde düzeltmeleri yaptıktan sonra zamanı olmayan okuyuculara sunmaktı. Birçok gazetenin ortak özelliği olarak metin bazlı, upuzun ve daha geleneksel olanın yerine daha kısa hikayeler, yaratıcı renk kullanımı ve çok sayıda harita, tablo ve diğer renkli grafiğin yer alması demektir. USA Today'da editörler bilgi grafiklerini okuyucular için anlaşılması kolay ve basit içerik ve haber taşıyan kelimeli hikayelerin yapısıyla eşit ölçüde etkili gördüler. USA Today Eski editörü Lori Demo'ya göre "eğer hikaye açıklamalarla boğulmuş ise bir grafik yapmanın tam zamanıdır" USA Today bu felsefeyi 20 yıldan fazla zamandır değiştirmeye devam etti ve ülke çapında birçok gazete de benzer formatları benimsedi (Palilonis, 2006: 5-6).

Gazetelerin çizelge ve grafik kullanımına dair 1993 yılında yapılan bir araştırma günlük gazetelerin yarısından fazlasının birçoğu renkli, kayda değer bir yüzdesi A1 boyutunda ve diğerleri de yayının farklı bölümlerine serpiştirilmiş olmak üzere, her gün üç ila altı arasında bilgilendirici grafik yayınladığını tespit etmiştir. Aynı yıl içerisinde yapılan araştırmada grafik editörlerinin yaklaşık yüzde doksanı grafiklerin temel görevinin metinsel malzemeyi desteklemek olduğunu söylemişlerdir. Bununla

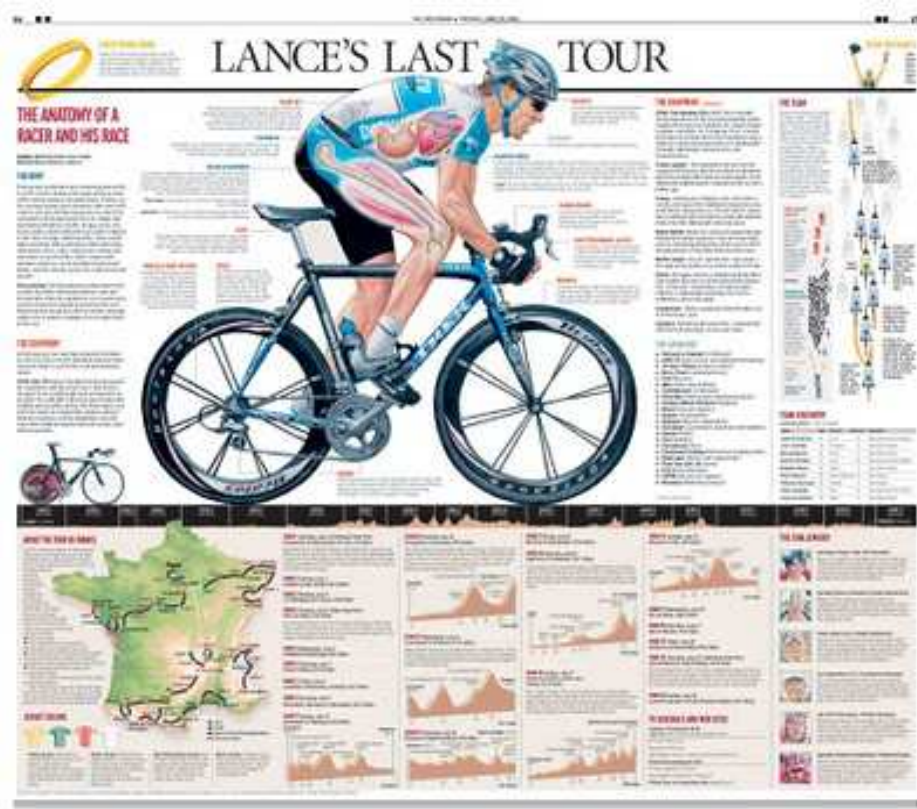
beraber, neredeyse hepsi bilgilendirme amaçlı grafiklerin gazeteyi daha kolay anlaşılabilir ve çekici hale getirdiğini söylemiştir (Utt and Pasternak, 2000).

40 ülkede 100'den fazla gazeteye danışmanlık yapan Jeff Goertzen, İnfografik hakkında Denver Post gazetesindeki çalışma sistemiyle ilgili verdiği bilgilere göre; Denver Post'ta yaptıkları tasarımlardan örnekler göstererek Goertzen, infografik yapan kişinin aynı zamanda haber de yapabileceğinden burgulamıştır. Dört grafik muhabiri olduğunu söyleyen Jeff Goertzen, "Grafik muhabirleri, infografiği yapmakla kalmıyor, aynı zamanda alana gidip bilgi topluyor haberi yazıyor ve yazdığı haberin tasarımını da yapıyor."dedi. İnfografik için birçok program kullandıklarını söyleyen Goertz, İllustrator, Photoshop, İndesign, Excel bile kullandıklarını kaydetti. "Tasarım departmanında çalışmak, bütün birimlerle irtibatlı olmayı gerektiriyor." diyen Goertz, bir muhabir ya da editörün tasarımcıya kullanacağı grafikte gerekli bilgileri rakamları vermesi gerektiğini ifade etti. Grafiklerin görsel kısmını çok önemseydiğini belirten Goertz, "Bir tasarımı okuyucuya daha anlaşılır kılmak için, grafiğin nasıl kullanılacağı iyi karar verilmeli. Gazetede kullandığımız grafiklerde belli bir renk skalası kullanıyoruz. Bu da kafa karışıklığını önüyor." diye konuştu. Tasarım yaparken, metinleri azaltıp kategorize ettiklerini anlatan Grafik editörü, grafiklerin yalın tutulması gerektiğinin altını çizdi. Goertz, grafikte önemli olanı mesajı net bir şekilde iletmek olduğunu vurguladı ve Gelecekte bizi çok daha interaktif grafikler bekliyor." şeklinde konuştu. Muhabirlerin haberleri kâğıda dökerken, tasarımcının görsel bir hikâye yazdığını söyleyen grafik editörü, yapılan tasarımın gazeteciliğin haysiyetinin koruması için, ikna edici ve doğru olması gerektiğini anlattı. "Grafik yapmak için bilgiye ihtiyaç var." diyen Goertz, tasarımcının elinde fazla bilgi olmadan grafik olmayacağını, tasarımcının olmayan gerçekler üzerinden varsayımlar gerçekleştiremeyeceğinin altını çizdi. "İnfografik yaparken okuyuculara saygılı olunmalı." gerektiğini aktaran Goertz, bu sebeple araştırmayı haber muhabirinin eline bırakmadan, genelde grafik sanatçısıyla beraber olay mahalline bizzat gidip bilgi aldığını söyledi. (<http://www.arti1t.com/>, 2011).

Haberin verimli bir şekilde infografik olarak sunulması için öncelikle haber hakkında güvenilir bilgiler elde edilmelidir. Çünkü tasarımcı sadece görsel oluşturmayacaktır, tasarımcının amacı bilgiyi görsellerle kalıcı olarak okuyucuya sunabilmektir.

Yapılan araştırmalarda grafik aracının büyüklüğüne bağlı olarak, okuyucuların bilgi-tüketim modelini değiştirebildiğini bulmuştur. Bir gazete makalesi büyük bir grafik eşliğinde sunulduğunda, okuyucular hikayeyi okumadan önce grafiği incelerler; ama grafik aracı oldukça küçük ise, okuyucu önce hikayeye, daha sonra grafiğe yönelir. Okuyucunun belirli bir konu alanına olan aşinalığı ya da rahatlığı da onların grafik aracına yönelme olasılığını belirleyebilir. Araştırmada okuyucuların bir konuyu karmaşık bulduklarında, hikayenin temelini yakalayan yararlı bir araç olarak gördükleri grafik sunuma yöneldikleri bulunmuştur (Utt and Pasternak, 2000).

Resim 3.8: Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafiklerine Örnek



Kaynak: <http://bkeulitt.wordpress.com/> 2012.

Resim 3.9: Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafiklerine Örnek



Kaynak: <http://infographicsnews.blogspot.com/2011/03/all-malofiej-19-awards.html>
2012.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

HÜRRİYET, MİLLİYET, RADİKAL, SABAH VE ZAMAN GAZETELERİNDE

KULLANILAN BİLGİ GRAFİKLERİNİN (INFOGRAFİKLERİN)

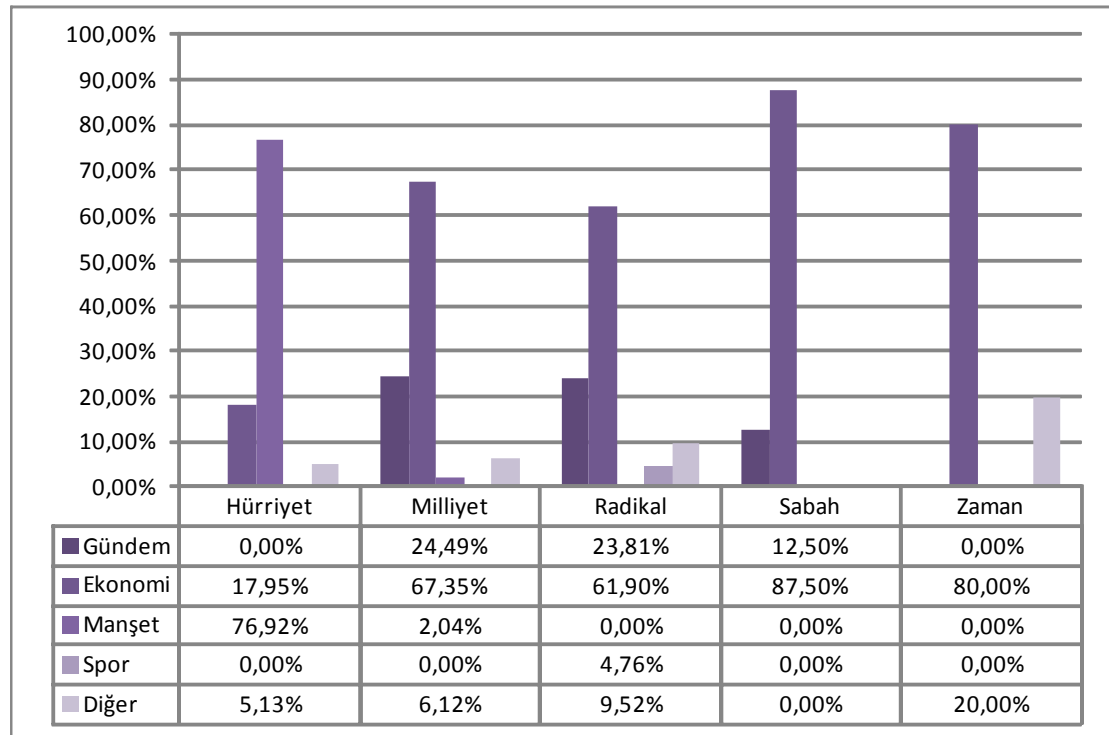
İNCELENMESİNE, GÖRÜŞME SORULARINA İLİŞKİN BULGULAR VE

YORUMLAR

4.1. HÜRRİYET, MİLLİYET, RADİKAL, SABAH VE ZAMAN GAZETELERİNDE KULLANILAN BİLGİ GRAFİKLERİNİN (İNFOGRAFİKLERİN) TEMMUZ, AĞUSTOS, EYLÜL 2011 SAYILARININ İNCELENMESİ,

Araştırma da Radikal, Zaman, Sabah, Milliyet ve Hürriyet gazetelerinin Temmuz, Ağustos, Eylül sayıları olmak üzere 2011 yılındaki 3 aylık yayınları kaynak tarama yöntemiyle incelenmiştir. Bu inceleme kapsamında; araştırılan gazetelerin hangi haberler için bilgi grafiklerine başvurdukları, ne kadar sıklıkla kullandıkları, ayrıca birbirleri arasında bilgi grafiği kullanımına dair benzer ve farklı yönleri üzerinde farklı bulgular elde edilmiştir. Elde edilen bulgularla her bir gazetenin aylık toplam infografik kullanımı ve haberlere göre dağılımları hesaplanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular, her bir ay için ayrı ayrı hesaplanırken, üç ay içerisindeki toplam kullanımları ve haber türlerine göre dağılımları da hesaplanmıştır. Gazetelerde kullanılan infografik haberler, anlattıkları haber türlerine uygun olacak şekilde gündem, ekonomi, manşet, spor ve diğer başlıkları altında toplanmıştır. Kullanım oranlarını ve dağılımlarını hesaplamak için; Toplam Haber Türüne Göre İnfografik Uygulamaları / Toplam İnfografik Uygulamaları şeklinde bir formül oluşturulmuştur. Hesaplama MS-Excel programı kullanılmış, ayrıca oluşturulan tablolar, sütun grafiği ile görselleştirilmiştir.

Tablo 4.1: Haber Türlerine Göre Kullanılan İnfografiklerin Gazetelere Göre Dağılımı - Temmuz 2011



Kaynak: Tablo 4.1 Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinin 2011 Temmuz ayı bilgileri kullanılarak araştırmacı tarafından düzenlenmiştir.

Temmuz 2011 sayılarına göre Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde kullanılan infografik haberlerle ilgili şu bilgilere ulaşılmıştır.

Tablo 4.1’de infografiklerin haber türlerine göre dağılımları Temmuz ayı içerisinde hesaplanmıştır. Bu hesaplama göre; Hürriyet gazetesinde manşet, ekonomi ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı manşet haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise diğer haberlerde kullanılan infografiklere aittir. Spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Milliyet gazetesinde; gündem, ekonomi, spor ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. . En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise manşet haberlerine aittir. Spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Radikal gazetesinde; gündem, ekonomi, spor ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise spor haberlerine aittir. Manşet haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Sabah gazetesinde; gündem, ekonomi ve spor haberlerinde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi sayfasında yer almaktadır. En az kullanım oranı ise gündem haberlerine aittir. Manşet, spor ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde hiç infografik kullanılmamıştır.

Zaman gazetesinde; ekonomi ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi sayfasında yer almaktadır. En az kullanım oranı ise diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde aittir. Gündem, manşet, spor ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde hiç infografik kullanılmamıştır.

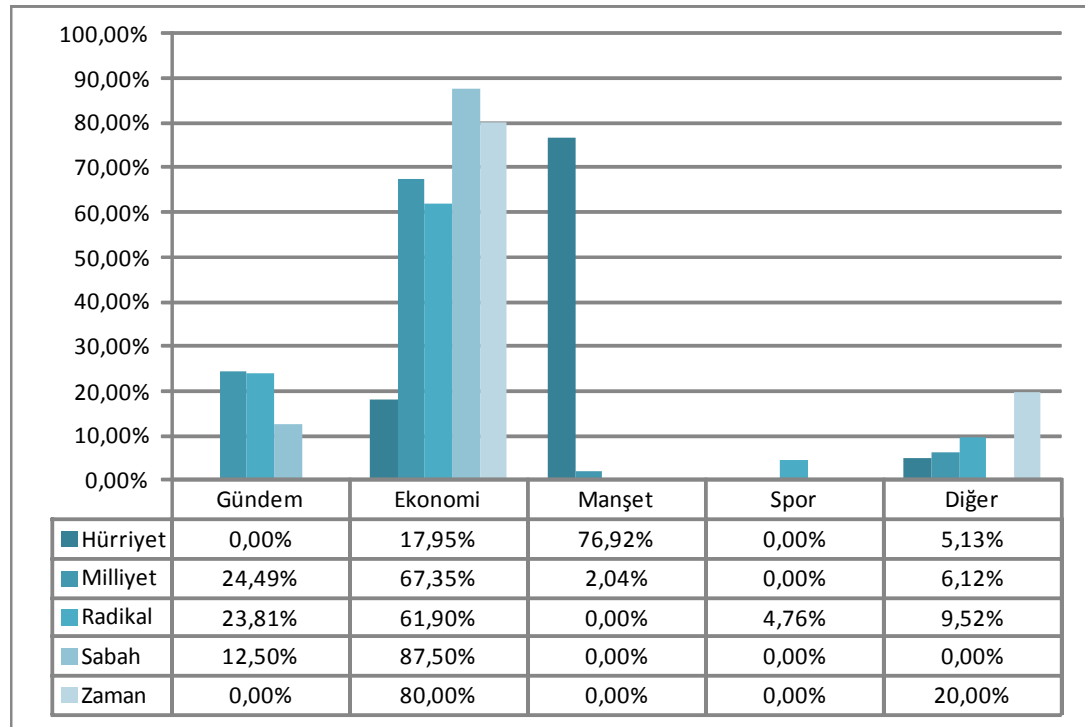
Sonuç olarak Milliyet, Hürriyet, Radikal ve Zaman gazetelerinde en fazla infografik uygulamaları ekonomi haberleri için kullanılmıştır. Diğer haber sayfaları bazında incelendiğinde ise infografikleri Sabah gazetesi en fazla ekonomi haberlerinde en az ise Milliyet gazetesi manşet sayfasında kullanmıştır. Hürriyet gazetesinde ise en fazla infografik uygulamaları manşet sayfasında yer alırken, ekonomi haberlerindeki infografik uygulamaları yoğunluğu ikinci sırada kalır. Bu durum, Hürriyet gazetesinin manşet sayfasında kullandığı, Türkiye'nin Sayıları başlığıyla günlük olarak Türkiye'deki değişimleri veren infografikleri kullanmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Resim 4.1: Hürriyet Gazetesinde Manşet Sayfasında Kullanılan Türkiye'nin Sayıları Başlıklı İnfografik Örnekleri



Gazetenin sol alt köşesinde yer alan uygulamada sade görseller, sütun grafikleri, piktogramlar kullanılarak Türkiye'deki oransal değişimler okuyucuya sunulmuştur. Yalnız gazetede ki kullanım alanı küçük olduğundan pek dikkat çekmemektedir.

Tablo 4.2: Haber Türlerine Göre Gazetelerdeki İnfografik Dağılımı - Temmuz 2011



Kaynak: Tablo 4.2 Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinin 2011 Temmuz ayı bilgileri kullanılarak araştırmacı tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 4.2’de ise; Temmuz ayı içerisinde Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde kullanılan infografiklerin gazeteler arasındaki haber türlerine göre dağılım oranı hesaplanmıştır.

Tablo 4.2’ye göre; gündem haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Milliyet gazetesi, ekonomi haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Sabah gazetesi, manşet haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Hürriyet gazetesi, spor haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Radikal gazetesi, diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde kullanılan infografiklere en fazla Zaman gazetesi, yer vermiştir.

Ekonomi haberlerinde kullanılan infografikler beş gazetede de yüksek oranlarda kullanılmıştır. Sabah ve Zaman gazetelerinde Temmuz ayı içerisinde manşet, spor ve gündem haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır. Spor haberlerinde kullanılan infografiklere sadece Radikal gazetesinde kullanılmıştır. Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde manşet sayfasında hiç infografik kullanılmamıştır.

Resim 4.2: Zaman Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örneği



Kaynak: 6 Temmuz 2011 / Zaman Gazetesi / Sf: 9

Resim 4.3: Sabah Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örnekleri



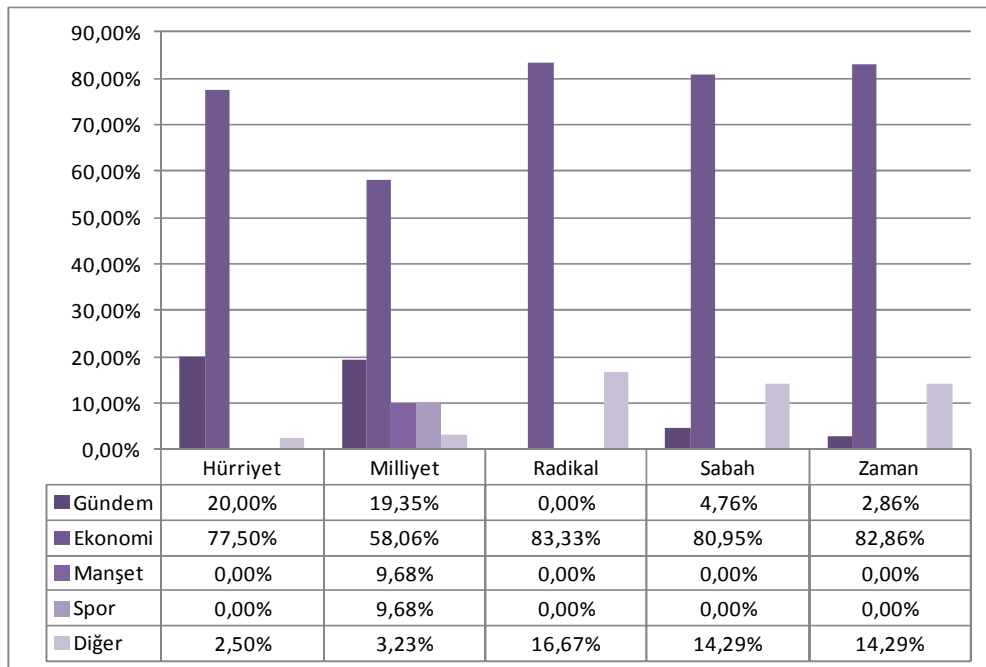
Kaynak: 19 Temmuz 2011 / Sabah Gazetesi / Sf: 8

Resim 4.4: Sabah Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örnekleri



Kaynak: 3 Temmuz 2011 / Sabah Gazetesi / Sf: 9

Tablo 4.3: Haber Türlerine Göre Kullanılan İnfografiklerin Gazetelere Göre Dağılımı - Ağustos 2011



Kaynak: Tablo 4.3 Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinin 2011 Ağustos ayı bilgileri kullanılarak araştırmacı tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 4.3’de infografiklerin haber türlerine göre dağılımları Ağustos ayı içerisindeki dağılımları hesaplanmıştır. Ağustos 2011 sayılarına göre Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde kullanılan infografik haberlerle ilgili şu bilgilere ulaşılmıştır: Hürriyet gazetesinde, gündem, ekonomi, manşet ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı manşet sayfasında yer almaktadır. En az kullanım oranı ise diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde kullanılan infografiklere aittir.

Milliyet gazetesinde; gündem, ekonomi, manşet, spor ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise manşet ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlere aittir. Spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Radikal gazetesinde; ekonomi ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise diğer başlığı altında değerlendirilen haberlere aittir. Gündem, manşet ve spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

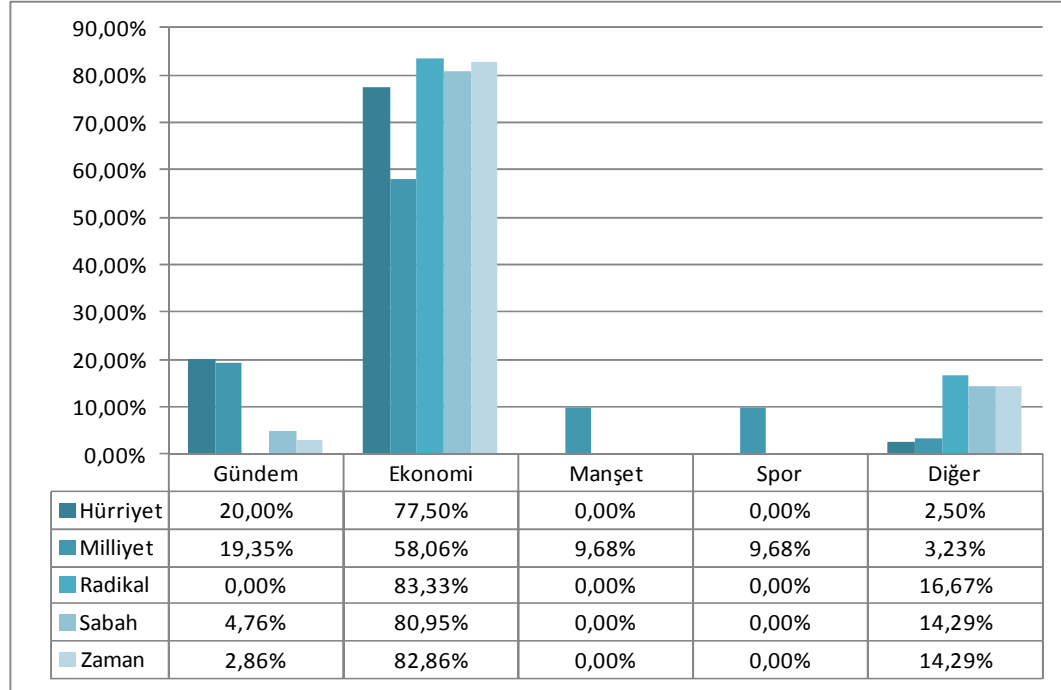
Sabah gazetesinde; gündem, ekonomi ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise gündem haberlerine aittir. Manşet ve spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Zaman gazetesinde; gündem, ekonomi ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise gündem haberlerine aittir. Manşet ve spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Sonuç olarak Milliyet, Hürriyet, Radikal ve Zaman gazetelerinde en fazla infografik uygulamaları ekonomi haberleri için kullanılmıştır. Diğer haber sayfaları bazında incelendiğinde ise infografikleri Radikal gazetesi en fazla ekonomi haberlerinde en az ise Milliyet gazetesi diğer sayfalarında kullanmıştır. Hürriyet gazetesinde ise en fazla infografik uygulamaları manşet sayfasında yer alırken, ekonomi haberlerindeki infografik uygulamaları yoğunluğu ikinci sırada kalır. Bu durumun, Hürriyet gazetesinin manşet sayfasında kullandığı, Türkiye’nin Sayıları başlığıyla günlük olarak

Türkiye’deki değişimleri veren infografikleri Ağustos ayında da kullanmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 4.4: Haber Türlerine Göre Gazetelerdeki İnfografik Dağılımı - Ağustos 2011



Kaynak: Tablo 4.4 Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinin 2011 Ağustos ayı bilgileri kullanılarak araştırmacı tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 4.4’de ise; Ağustos ayı içerisinde Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde kullanılan infografiklerin gazeteler arasındaki haber türlerine göre dağılım oranı hesaplanmıştır.

Tablo 4.4’e göre; gündem haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Milliyet gazetesi, ekonomi haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Radikal gazetesi, manşet haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Hürriyet gazetesi, spor haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Radikal gazetesi, diğer başlığı altında değerlendirilen haberleri anlatan infografiklere ise en fazla Radikal gazetesi yer vermiştir.

Ekonomi haberlerinde kullanılan infografikler beş gazetede de yüksek oranlarda kullanılmıştır. Hürriyet ve Sabah gazetelerinde Ağustos ayı içerisinde manşet

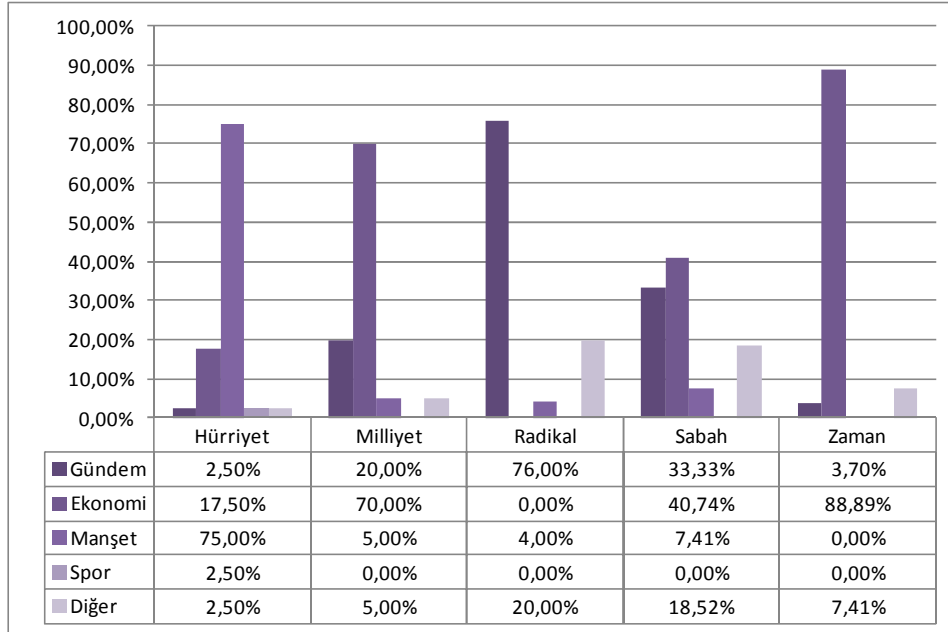
haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır. Spor haberlerinde kullanılan infografikler sadece Milliyet gazetesinde kullanılmıştır. Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde manşet sayfasında hiç infografik kullanılmamıştır.

Resim 4.5: Hürriyet Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örneği



Kaynak: 19 Ağustos 2011 / Hürriyet Gazetesi / Sf: 9

Tablo 4.5: Haber Türlerine Göre Kullanılan İnfografiklerin Gazetelere Göre Dağılımı - Eylül 2011



Kaynak: Tablo 4.5 Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinin 2011 Eylül ayı bilgileri kullanılarak araştırmacı tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 4.5’de infografiklerin haber türlerine göre dağılımları Eylül 2011 sayılarına göre Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde kullanılan infografik haberlerle ilgili şu bilgilere ulaşılmıştır: Hürriyet gazetesinde, gündem, ekonomi, manşet, spor ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı manşet sayfasında yer almaktadır. En az kullanım oranı ise gündem, spor ve diğer haberlerde kullanılan infografiklere aittir.

Milliyet gazetesinde; gündem, ekonomi, manşet ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise manşet haberlerine aittir. Spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Radikal gazetesinde; ekonomi, manşet ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise manşet haberlerine aittir. Gündem ve spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

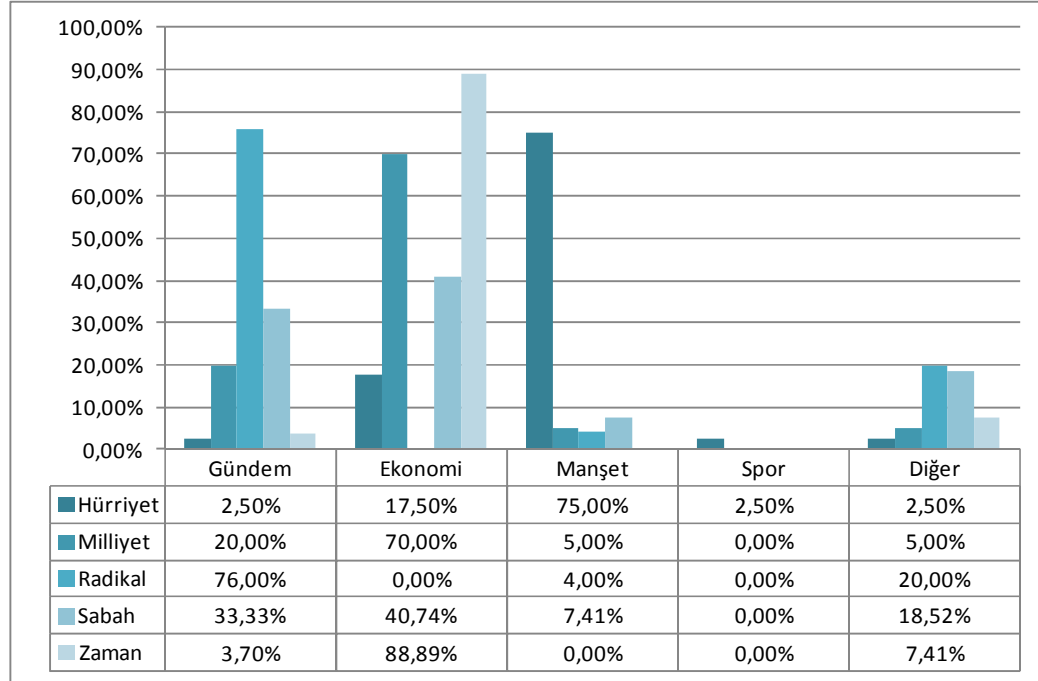
Sabah gazetesinde; gündem, ekonomi, manşet ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise manşet haberlerine aittir. Spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Zaman gazetesinde; gündem, ekonomi ve diğer başlığı altında değerlendirilen haberlerde infografik haberlerinde infografik kullanılmıştır. En fazla kullanım oranı ekonomi haberlerinde yer almaktadır. En az kullanım oranı ise diğer başlığı altında değerlendirilen haberlere aittir. Manşet ve spor haberlerinde hiç infografik kullanılmamıştır.

Sonuç olarak Milliyet, Hürriyet, Radikal ve Zaman gazetelerinde en fazla infografik uygulamaları ekonomi haberleri için kullanılmıştır. Diğer haber sayfaları bazında incelendiğinde ise infografikleri Zaman gazetesi en fazla ekonomi haberlerinde en az ise Hürriyet gazetesi gündem, spor ve diğer sayfalarında kullanmıştır. Hürriyet gazetesinde ise en fazla infografik uygulamaları manşet sayfasında yer almaktadır. Ve ekonomi haberlerindeki infografik uygulamaları ikinci sırada yer almaktadır. Bu durum, Hürriyet gazetesinin manşet sayfasında kullandığı, Türkiye’nin Sayıları başlığıyla

günlük olarak Türkiye’deki değişimleri veren infografikleri Eylül ayında kullanmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 4.6: Haber Türlerine Göre Gazetelerdeki İnfografik Dağılımı - Eylül 2011



Kaynak: Tablo 4.6 Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinin 2011 Eylül ayı bilgileri kullanılarak araştırmacı tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 4.6’da ise; Eylül ayı içerisinde Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde kullanılan infografiklerin gazeteler arasındaki haber türlerine göre dağılım oranı hesaplanmıştır.

Tablo 4.6’ya göre; gündem haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Sabah gazetesi, ekonomi haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Zaman gazetesi, manşet haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Hürriyet gazetesi, spor haberlerinde kullanılan infografiklere en fazla Hürriyet gazetesi, diğer başlığı altında değerlendirilen haberleri anlatan infografiklere ise en fazla Radikal gazetesi yer vermiştir.

Ekonomi haberlerinde kullanılan infografikler beş gazetede de yüksek oranlarda kullanılmıştır. Beş gazetede de diğer başlığı altında değerlendirilen haberleri anlatan infografiklere yer verilmiştir. Eylül ayı içerisinde spor haberlerinde kullanılan infografikleri sadece Hürriyet gazetesi kullanmıştır. Gündem haberlerinde kullanılan infografiklere ise Eylül ayında sadece Radikal gazetesinde hiç yer verilmemiştir.

Ayrıca Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde ekonomi haberlerinde kullanılan infografik sayıları üç ayda da birinci sırada yer alırken, Hürriyet gazetesinde manşet haberlerinde kullanılan infografikler yüksek oranda kullanılmıştır. Ekonomi haberlerinde kullanılan infografikler kullanım yoğunluğu olarak ikinci sırada yer almaktadır. Bu durum Temmuz ayında yer alan ve manşet sayfasında kullanılan Türkiye'nin Sayıları başlıklı, infografik yorumların bulunduğu haberlere Ağustos ve Eylül aylarında da yüksek oranda yer vermesinden kaynaklandığı söylenebilir.

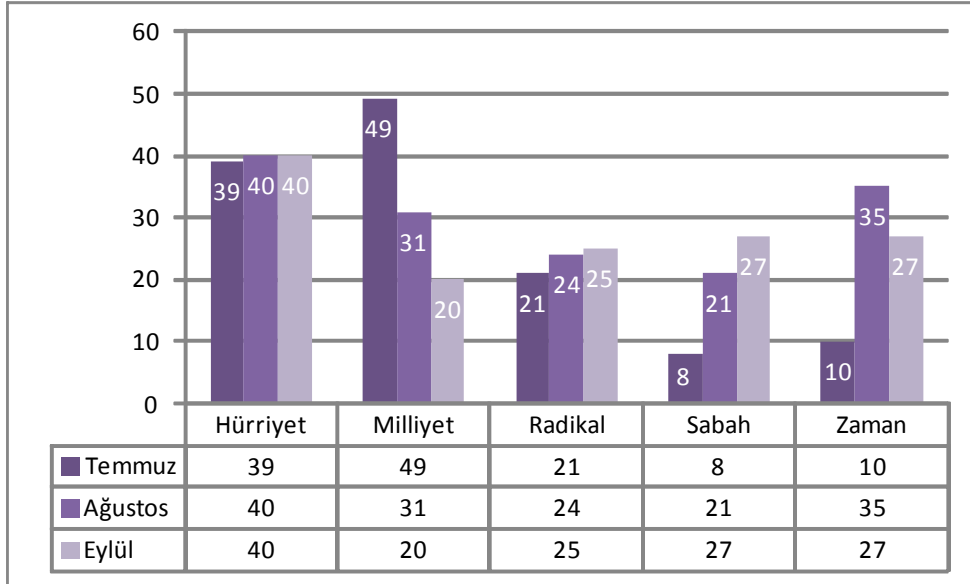
Resim 4.6: Radikal Gazetesi, Ekonomi Sayfasında Yayınlanan İnfografik Örneği



Kaynak: 7 Eylül 2011 / Radikal Gazetesi / Sf: 26 – 27

Temmuz, Ağustos, Eylül aylarında haberlerinde kullanılan infografik uygulamaların gazetelere göre toplam kullanım oranları;

Tablo 4.7: Aylara Göre Gazetelerdeki Toplam İnfografik Kullanım Oranları



Kaynak: Tablo 4.7 Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinin 2011 Temmuz, Ağustos, Eylül ayı bilgileri kullanılarak araştırmacı tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 4.7’ye göre Hürriyet gazetesinde toplam inforafik kullanımı oranlarında büyük bir değişim yoktur. Ağustos ve Eylül aylarındaki toplam kullanım sayıları birbirine eşittir.

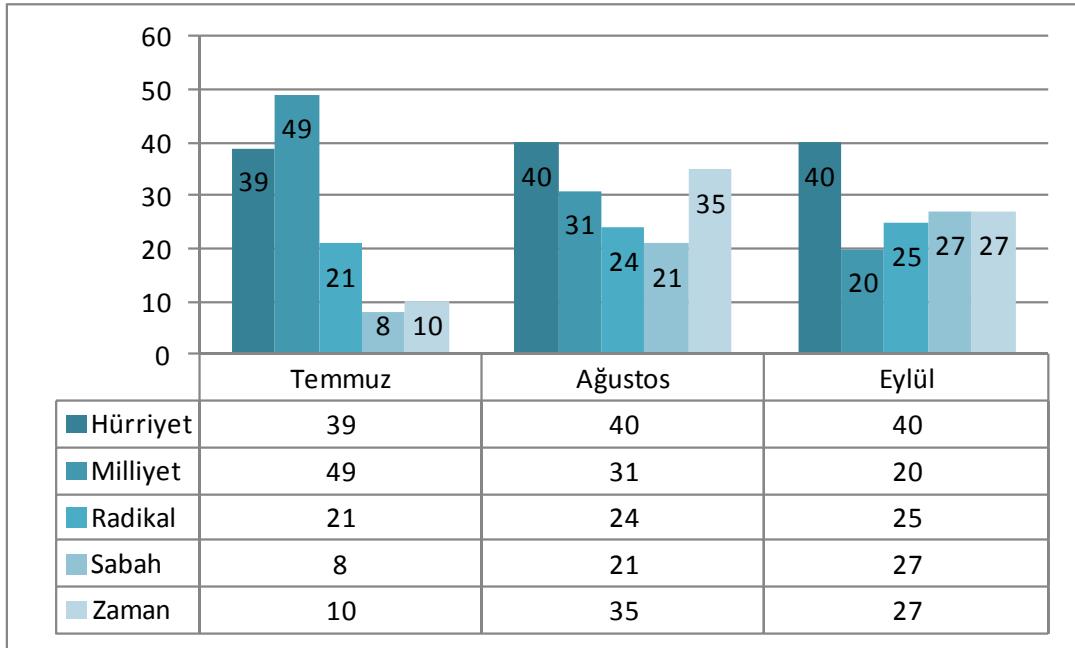
Milliyet gazetesinde toplam inforafik kullanımı oranlarında düşüş görülmektedir. En fazla kullanım oranı temmuz ayına aitken en az kullanım oranı ise eylül ayına aittir.

Radikal ve Sabah gazetelerinde ise kullanım oranlarında artış gözlenmektedir. Her iki gazetede de en fazla kullanım oranı eylül ayı iken, en az kullanım oranı ise temmuz ayına aittir.

Zaman gazetesinde ise, en fazla kullanım oranı ağustos ayı iken en az kullanım oranı ise Temmuz ayına aittir.

Temmuz, Ağustos, Eylül aylarında haberlerinde kullanılan infografik uygulamaların gazeteler arasındaki toplam kullanım oranları;

Tablo 4.8: Aylara Göre Gazetelerdeki Toplam İnfografik Kullanımlarının Gazeteler Arasındaki Oranları



Kaynak: Tablo 4.8 Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinin 2011 Temmuz, Ağustos, Eylül ayı bilgileri kullanılarak araştırmacı tarafından düzenlenmiştir.

Tablo 4.8'e göre; beş gazete arasında Temmuz ayı içerisinde en fazla toplam infografik kullanım oranı Milliyet gazetesine, en az toplam infografik kullanım oranı ise Sabah gazetesinde aittir.

Ağustos ayına göre beş gazetede en fazla toplam infografik kullanım oranı Hürriyet gazetesine, en az toplam infografik kullanım oranı ise yine Sabah gazetesine aittir.

Eylül ayına göre ise; beş gazetede en fazla toplam infografik kullanım oranı Hürriyet gazetesine, en az toplam infografik kullanım oranı ise Milliyet gazetesine aittir.

Tablolardan elde edilen sonuçlara göre infografik uygulamalarına en yoğun olarak ekonomi haberlerinde yer verilmektedir. Beş gazetenin toplam infografik kullanım oranlarının aylara göre dağılımları, aylar arasında ve kendi aralarında farklılıklar göstermektedir.

Araştırmada Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman Gazetelerinde Temmuz, Ağustos, Eylül 2011 sayılarına göre ayrıca kullanılan infografikler üzerine şu bulgular elde edilmiştir.

Beş gazetede kullanılan bilgi grafiklerinin (infografiklerin) kullanım sıklıkları değiştiği gibi kullanım şekilleri de değişmektedir. Her bir gazete kendi sayfa düzenine uygun olacak şekilde infografiklere yer vermektedir. Bilgi grafiklerinin kullanıldığı alanın genişliği haberin yapısı kadar gazetelerin sayfa düzenine göre şekillenmektedir. Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Zaman gazeteleri, gazete büyüklüğü olarak aynıdır, bu yüzden infografiklerin kullanım alanları birbirine benzemektedir. Ama habere ve sayfa tasarımına göre yine kendi aralarında farklılıklar gözlenmektedir. Radikal gazetesi ise bu dört gazeteden daha farklı bir yapıya sahiptir. Gazete boyutu diğer gazetelerden daha küçük olmasına rağmen aylara göre kullanılan bilgi grafiklerinin çok daha geniş alanlarda uygulandığı görülmektedir.

4.2. GÖRÜŞME SORULARINA İLİŞKİN BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmanın nitel bulgularını elde etmek için 6 sorudan oluşan görüşme formu, Hürriyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Faruk Kutlu, Milliyet Gazetesinden Koray Nergiz, Radikal Gazetesinden Görsel Yönetmen Sertaç Bala ve Zaman Gazetesinden Grafik Servis Şefi Nurettin Aslantaş'a gönderilmiş ve sorulara yönelik görüşleri alınmıştır.

Araştırmacı tarafından hazırlanan görüşme formu, uzman kanılarına göre yeniden düzenlenmiş ve son haline getirilmiştir. Görüşme formu soruları bilgi grafiklerinin tercih edilirlık nedenleri, kullanım sıklıkları ve grafik tasarım içerisindeki yeri dikkate alınarak hazırlanmıştır. Görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Daha sonra bu kayıtların dökümleri çıkartılmış ve organize edilerek yorumlanmıştır.

Görüşme formunun ilk sorusu ve soruya ilişkin görüşler şu şekildedir:

4.2.1. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcıların İnfografikleri Gazetelerinde Kaç Yıldır Kullandıklarına İlişkin Görüşleri

Araştırmada görüşme yapılan Görsel Yönetmen ve Grafik Tasarımcılara yöneltilen “İnfografikleri gazetenizde kaç yıldır kullanıyorsunuz?” biçimindeki soruya görsel yönetmen ve grafik tasarımcıların tümü görüş belirtmiştir. Aşağıda görüşme yapılan görsel yönetmen ve grafik tasarımcıların çalıştıkları gazetelerde kaç yıldır infografik kullandıklarına ilişkin görüşlerine yer verilmiştir.

Hürriyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Faruk Kutlu'nun Hürriyet Gazetesinde infografiklerin kaç yıldır kullanıldığına dair görüşleri şu şekildedir:

“Yaklaşık 25 yıldır bu mesleğin içerisindeyim, öncelikle Milliyet gazetesinde çalışıyordum, daha sonra Hürriyet gazetesinde çalışmaya başladım, Hürriyet gazetesindeki infografik kullanımları 80 li yılların sonuna doğru başlamıştır. Yaklaşık olarak 21 yıl civarındır.”

Milliyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Koray Nergiz'in Milliyet Gazetesinde infografiklerin kaç yıldır kullanıldığına dair görüşleri şu şekildedir:

“ İlk olarak bu mesleğe 1996 yılında Yeniüzyıl gazetesinde başladım, son 14 yılımı da

Milliyet gazetesinde geçirdim. Mesleğe başladığım günden beri infografik yapıyorum. Milliyet gazetesinde infografiklerin kullanımı için ise yaklaşık olarak 20 yıl civarı kullanıldığını söylemek mümkündür.”

Radikal Gazetesinden Görsel Yönetmen Sertaç Bala'nın Radikal Gazetesinde infografiklerin kaç yıldır kullanıldığına dair görüşleri şu şekildedir:

“Radikal Gazetesi'ne transferimden beri kullanmaya gayret gösteriyoruz. Yaklaşık 2 yıldır pek çok infografik çalışmalarımız oldu. Önümüzdeki zamanlarda daha da sıklaştıracamız.”

Sabah Gazetesinden Grafik Tasarımcı İbrahim Sarı'nın Sabah Gazetesinde infografiklerin kaç yıldır kullanıldığına dair görüşleri şu şekildedir:

“Ben gazeteye girdiğim yıldan beri (21 yıl) infografik kullanıyoruz. Bu işe ilk Dinç Bilgin zamanında Salih Memecan'la başladı, daha sonra ben ve arkadaşlarım bu işi hala sürdürmekteyiz.”

Zaman Gazetesinden Grafik Servis Şefi Nurettin Aslantaş'ın Zaman Gazetesinde infografiklerin kaç yıldır kullanıldığına dair görüşleri şu şekildedir:

“Gazetemizde infografiklerin 2001'den itibaren her sene kullanım oranı artarak devam etmektedir.”

Sonuç olarak görüşlerine müracaat edilen tasarımcılar infografiklerin yaklaşık olarak Hürriyet gazetesinde 21 yıl, Milliyet gazetesinde 20 yıl, Sabah gazetesinde 21 yıl, Zaman gazetesinde 11 yıl ve Radikla gazetesinde son 2 yıldır var olduğunu belirtmişlerdir.

4.2.2. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcıların Gazetelerinde İnfografikleri Kullanmaya Başlama Nedenlerine İlişkin Görüşleri

Araştırmada görüşme yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcılara yöneltilen “2) Gazetenizde infografik kullanımına neden başladınız?” biçimindeki soruya görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların tümü görüş belirtmiştir. Aşağıda görüşme yapılan görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların çalıştıkları gazetelerde infografik kullanımına başlama nedenlerine ilişkin görüşlerine yer verilmiştir.

Milliyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Koray Nergiz’in Milliyet Gazetesinde, infografik kullanımına başlama nedenlerine dair görüşleri şu şekildedir:

“Gazeteler için infografikler, fotoğraf ve yazı gibi vazgeçilmez öğelerdir. Bence Türkiye’de çıkan gazetelerde az yer almaktadır. Yurtdışında çıkan gazeteleri inceleyecek olursak, onlarda infografiklere çok daha fazla yer verildiğini görürüz. Çünkü okuyucuya haberi çok daha basit ve anlaşılır bir şekilde ifade etmek için infografiklerden faydalanılır. Sadece olay anlatımı değil, ekonomik göstergeler, haritalar, spor, sunumlar infografiklerin kullanıldığı alanlardır. Görsel olarak da fotoğraf ve yazıyla dolu sayfaları daha da güzelleştirdiğine inanıyorum. Yapılan araştırmalar okuyucuların büyük kısmının haberi okumaktan çok başlık, altbaşlık ve haberin fotoğrafına baktığını göstermiştir. Bu noktada infografikler okuyucuya daha az sürede daha çok bilgi verme konusunda yardımcı olmaktadır. Bizde bu sebepleri göz önünde bulundurarak gazetemizde infografiklere yer vermekteyiz.”

Hürriyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Faruk Kutlu’nun Hürriyet Gazetesinde, infografik kullanımına başlama nedenlerine dair görüşleri şu şekildedir:

“ Hürriyet gazetesinde infografik kullanımına başlama nedenimiz öncelikle haberi uzun ve sıkıcı bir şekilde sunmamak içindir. İnfografikler, uzun metinlerin kalıcı bir şekilde özetlenebilmesini sağlamaktadır. Okuyucuyu sıkmamakta ve okuyucuya bilgiyi hızlı, eğlenceli ve anlaşılır bir şekilde sunmaktadır.”

Radikal Gazetesinden Görsel Yönetmen Sertaç Bala'nın Radikal Gazetesinde, infografik kullanımına başlama nedenlerine dair görüşleri şu şekildedir:

“İnfografik gazete tasarımına ayrı bir tat katıyor. Okuru oyalamak, eğlendirmek ve tabii ki en önemlisi bilginin kalıcılığını artırabilmek için iyi bir araç. Haberler sadece metin olarak sunulduğunda okuyucu sıkılmakta ve haberi atlamaktadır. Ama infografiklerle anlatılan haberler okuyucunun dikkatini daha fazla çekmekte böylece mesajın alıcıya ulaşımı daha kolay olmaktadır. Bizlerde bu sebeplerden dolayı gazetemizde infografik tasarımlara yer vermekteyiz.”

Sabah Gazetesinden Grafik Tasarımcı İbrahim Sarı'nın Sabah Gazetesinde infografik kullanımına başlama nedenlerine dair görüşleri şu şekildedir:

“Gazeteye yenilik kazandırmak, haberleri daha anlaşılır şekilde sunmak, bilgiyi okuyucuya daha çarpıcı ve daha akılda kalıcı bir şekilde anlatmak, amacıyla gazetemizde infografik kullanımına başlanmıştır.”

Zaman Gazetesinden Grafik Servis Şefi Nurettin Aslantaş'ın Zaman Gazetesinde Gazetesinde infografik kullanımına başlama nedenlerine dair görüşleri şu şekildedir:

“Haberleri daha çok okutmak, okuyucuyu sıkmamak ve boğucu anlaşılmayan metinleri daha okunabilir hale getirmek için Zaman Gazetesinde infografik kullanımına başlanmıştır.”

4.2.3. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcıların Çalıştıkları Gazetelerde Hangi Haberler İçin İnfografik Kullanımını Tercih Ettiklerine İlişkin Görüşleri

Araştırmada görüşme yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcılara yöneltilen “Gazetenizde hangi haberler için infografik kullanımını tercih ediyorsunuz, niçin?” biçimindeki soruya görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların tümü görüş belirtmiştir. Aşağıda görüşme yapılan görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların çalıştıkları gazetelerde hangi haberler için infografik kullanımını tercih ettiklerine ilişkin görüşlerine yer verilmiştir.

Hürriyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Faruk Kutlu’nun Hürriyet Gazetesinde, hangi haberler için infografik kullanımını tercih ettiklerine dair görüşleri şu şekildedir:

“Aslında hemen hemen her haber için infografik kullanımını tercih etmek mümkündür. Ama burada karar genellikle editörlere aittir. Editörün hangi haberlerin sayfada yer alacağına karar vermesi ve infografik olarak sunulacak haberlere karar vermesiyle ilgilidir. Ama ekonomi haberlerindeki dalgalanmaları infografiklerle sunmak daha kolay olduğu için, Hürriyet Gazetesinde daha çok ekonomi ile ilgili haberlerde infografikler kullanılmaktadır

Milliyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Koray Nergiz’in Milliyet Gazetesinde, hangi haberler için infografik kullanımını tercih ettiklerine dair görüşleri şu şekildedir:

“Görsel olarak desteklenmesi gereken herşey infografiğin kullanım alanına girer. Bu yapılan bir terör saldırısını çizimle anlatmaktan tutun da, doların son bir senelik seyrine kadar herşey olabilir. Hava durumu, takım istatistikleri, kaza krokileri, tarihi bilgiler, teknoloji gibi saymakla bitiremeyeceğim, haberle alakalı herşeyi infografiklerle anlatabilirsiniz. Bizim gazetemizde özellikle ekonomi haberlerinde bu tarz işleri sıklıkla görebilirsiniz. Bunun nedeni ekonomik göstergeler hemen hergün değiştiği için burada infografiklerle daha sık karşılaşırsınız. Dış haberler servisinde bir ülkeden bahsedildiğinde insanların algısını kuvvetlendirmek için o ülkenin yerini, ekonomik durumunu, nüfusunu anlatan haritalarla haber desteklenir. Büyük bir kaza olduğunda kazanın oluş şekli, yeri gibi bilgiler infografiklerle verilerek insanların haberi daha iyi anlaması sağlanır.”

Radikal Gazetesinden Görsel Yönetmen Sertaç Bala’nın Radikal Gazetesinde, hangi haberler için infografik kullanımını tercih ettiklerine dair görüşleri şu şekildedir:

“Aslında bunun sonu yok, yani tamamıyla zamana bağlı bir yarış bizimkisi. Her haberde değil ama çoğu haber için infografik kullanılabilir. Ekonomi haberleri bunun için çok müsait. Ama bizim amacımız bunun dışına çıkıp, sıcak gündeme girebilmek. Infografik uzun metinlerdeki sıkıcılığı sıfıra indiriyor, bilginin daha da kalıcı olmasını sağlıyor. Amaç zaten bu değil mi? Haberi okura güzel bir şekilde sunabilmek ve akılda kalmasını sağlayabilmek. En azından biz tasarım ekibi olarak buna özen gösteriyoruz. Amacımız okuru fazla yormadan ve sıkmadan gazetemizi okutabilmek. Bu yüzden

ekonomi haberlerinde yoğun olarak infografikleri kullansak ta, diğer haberlerde de kullanmaya özen gösteriyoruz.”

Sabah Gazetesinden Grafik Tasarımcı İbrahim Sarı'nın Sabah Gazetesinde hangi haberler için infografik kullanımını tercih ettiklerine dair görüşleri şu şekildedir:

“Fark etmiyor aslında bütün haberler için infografik kullanabiliyoruz. Ama sayısal veriler ve günlük değişimlerin yoğun olduğu ekonomi ve finansla ilgili haberlerde daha fazla kullanmaktayız. Çünkü bu haberler gazetede yoğun olarak yer almaktadır ve verilerin anlaşılır bir şekilde okuyucuya sunulması gerekmektedir. Böylece infografikle sunulan haber daha kolay anlaşılmaktadır.”

Zaman Gazetesinde Grafik Servis Şefi Nurettin Aslantaş'ın Zaman Gazetesinde hangi haberler için infografik kullanımını tercih ettiklerine dair görüşleri şu şekildedir:

“Özellikle ekonomi grafikleri, doğa olaylarında (depremler, tsunami, vs.) kazalarda (tren, uçak, trafik kazaları vs.) bunun dışında da günlük gelişen haberlerin bazılarını da ihtiyaç halinde daha kolay ve insanların anlayacağı şekilde grafikleştirerek, olay anlarını okuyucuya etkili bir şekilde sunmak için infografik kullanımına birçok haberde yer veriyoruz.”

4.2.4. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcıların Çalıştıkları Gazetelerde İnfografik Uygulamaları Hangi Teknik veya Tekniklerle Yapıldığına İlişkin Görüşleri

Araştırmada görüşme yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcılara yöneltilen “Gazetenizde infografik uygulamaları hangi teknik veya tekniklerle (illüstrasyon, fotoğraf, piktogram, diyagram gibi) yapıyorsunuz, niçin?” biçimindeki soruya görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların tümü görüş belirtmiştir. Aşağıda görüşme yapılan görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların çalıştıkları gazetelerdeki infografik uygulamalarında kullanılan teknik veya tekniklere ilişkin görüşlerine yer verilmiştir.

Hürriyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Faruk Kutlu'nun Hürriyet Gazetesindeki, infografik uygulamalarında kullanılan teknik veya tekniklere (illüstrasyon, fotoğraf, piktogram, diyagram gibi) dair görüşleri şu şekildedir:

“Grafik tasarım programlarında habere yönelik olarak istediğimiz hemen hemen her şekilde çalışabiliyoruz. Bu durum aslında haberin nasıl yorumlanması gerektiğiyle ilgilidir. 2000’lerden önceki yıllarda daha çok illüstrasyon yada çizim şeklinde infografikler kullanılmaktaydı. Ama gelişen teknoloji ve görüntü bankaları sayesinde amaca yönelik fotoğraflara ulaşmak çok daha kolaydır. Fotoğrafı haberin anlatımı daha hızlı şekilde olmaktadır. Habere uygun olacak şekilde tasarımlarımızda ağırlıklı olarak fotoğraf ve illüstrasyon içerisinde diyagramlara da yer vererek infografik tasarımlar uygulanmaktadır.”

Resim 4.7: Hürriyet Gazetesinde Yer Alan İnfografik Haberleri

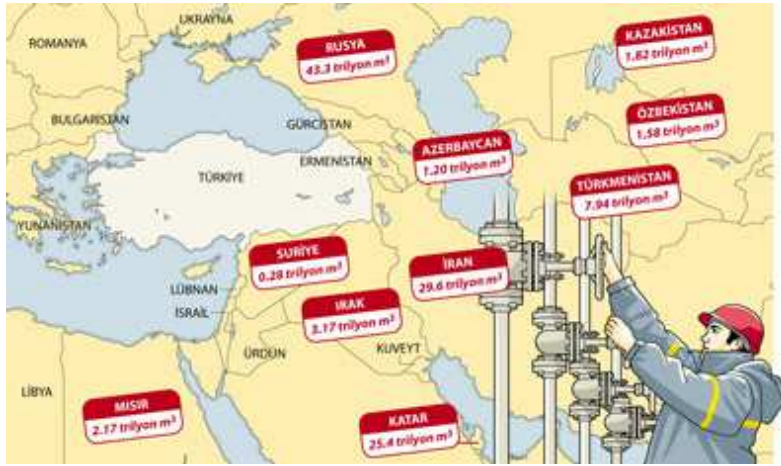


Milliyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Koray Nergiz'in Milliyet Gazetesindeki, infografik uygulamalarında kullanılan teknik veya tekniklere (illüstrasyon, fotoğraf, piktogram, diyagram gibi) dair görüşleri şu şekildedir:

“Ben grafik çalışmalarımı Adobe Illustrator, Adobe Photoshop ve 3D Max kullanarak yapıyorum. Çalışmanın büyüklüğüne ve detaylandırmasına göre çizim, fotoğraf, 3D Render gibi öğelerden faydalaniyorum. Bazen bir fotoğraf üzerinde çizim yapabilirim, bazen de tamamen sıfırdan yeni birşey oluşturabilirim. Özellikle teknik

çizimlerde ve olay anlatım grafiklerinde fotoğrafları referans olarak kullanıp çizimlerimi buna göre yapıyorum. Örneğin bir f16 çizeceksem mutlaka referans resim kullanıyorum. Grafiklerde kullanacağım karikatür çizimlerini ise elle çizip Photoshop'ta renklendiriyorum. Bazen de serbest çizim aracını kullanarak Illustrator'de çiziyorum.”

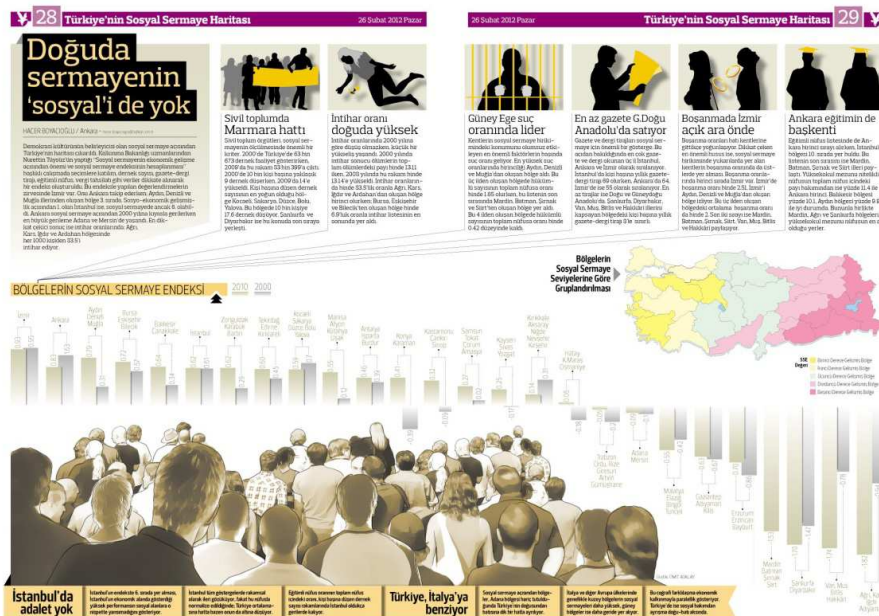
Resim 4.8: Grafik Tasarımcı Koray Nergiz’in İnfografik Çalışmaları



Radikal Gazetesinden Görsel Yönetmen Sertaç Bala'nın Radikal Gazetesindeki, infografik uygulamalarında kullanılan teknik veya tekniklere (illüstrasyon, fotoğraf, piktogram, diyagram gibi) dair görüşleri şu şekildedir:

“İnfografiklerimizde genellikle illüstrasyon tekniğini kullanıyoruz. Çünkü sonu yok her şey bizim hayal gücümüze bağlı oluyor. İstedğimiz gibi elimizdeki malzemeyi yönetebiliyor ve istediğimiz gibi sunabiliyoruz. Ama tabii fotoğrafı da es geçmemek gerekiyor. Yeni hedefimiz 3 boyutlu çizimler. Artık trend bu yönde, bizim de ayak uydurmamız gerekiyor.”

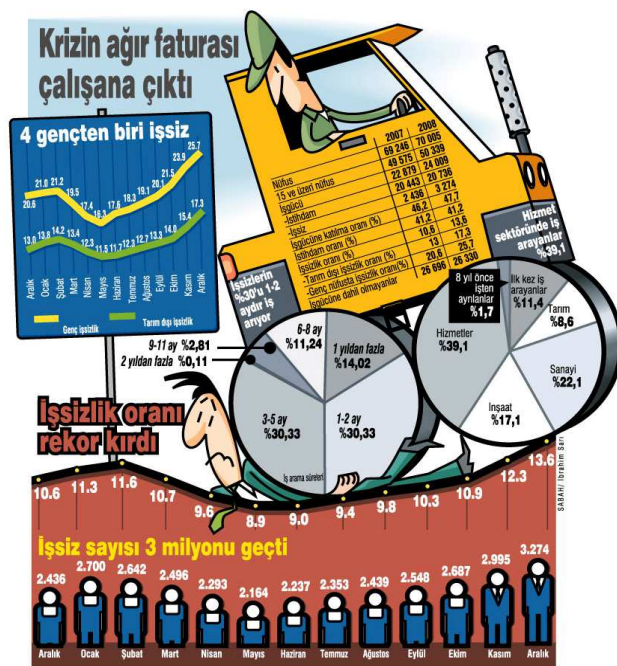
Resim 4.9: Radikal Gazetesinde Yer Alan İnfografik Haberleri



Sabah Gazetesinden Grafik Tasarımcı İbrahim Sarı'nın Sabah Gazetesindeki infografik uygulamalarında kullanılan teknik veya tekniklere (illüstrasyon, fotoğraf, piktogram, diyagram gibi) dair görüşleri şu şekildedir:

“Gazetede kullandığımız infografikleri tasarlarken aslında tüm teknikleri kullanmaktayız. Haberin durumuna göre bazen piktogram, bazen illüstrasyon, bazen de fotoğraf ağırlıklı infografik uygulamalarına yer veriyoruz.”

Resim 4.10: İbrahim Sarı'nın İnfografik Çalışmaları



Zaman Gazetesinden Grafik Servis Şefi Nurettin Aslantaş'ın Zaman Gazetesindeki infografik uygulamalarında kullanılan teknik veya tekniklere (illüstrasyon, fotoğraf, piktogram, diyagram gibi) dair görüşleri şu şekildedir:

“Başat Adobe Photoshop olmak üzere, Adobe İllustrator, Adobe İn design, 3D Studio Max, Cinama 4 vb. programları kullanarak daha çok bilgisayar ortamında yapıyoruz. Eskizleri önceden bilgisayarda ya da elle çizip ondan sonra uygulamaya geçiyoruz. İnfografiklerde; 3D modelleme, illüstrasyon, logo, piktogram vs. tabiki en önemli metaryallerdir. Bunların içine fotoğrafları ekleyebiliriz. Bu fotoğraflar yerine göre direkt yada stilize edilerek kullanılıyor. Esasında her türlü teknikle info grafik yapılabilir. Bu info grafikerin ve görsel yönetmenin tercihinine bağlıdır.”

Resim 4.11: Zaman Gazetesinde Yer Alan İnfografikler



4.2.5. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcıların, İnfografikler Tasarlanırken, Tasarım Eleman ve İlkelerinden Hangilerine Daha Çok Dikkat Ettiklerine İlişkin Görüşleri

Araştırmada görüşme yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcılara yöneltilen “İnfografikleri tasarlarken tasarım eleman ve ilkelerinden

hangilerine daha çok dikkat ediyorsunuz, niçin?” Biçimindeki soruya görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların tümü görüş belirtmiştir. Aşağıda görüşme yapılan görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların infografik tasarımında dikkat ettikleri tasarım eleman ve ilkelerine ilişkin görüşlerine yer verilmiştir.

Hürriyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Faruk Kutlu’nun infografik tasarımında dikkate ettikleri tasarım ilke ve elamanlarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“Öncelikle olayı doğru vermek gerekiyor. Bu yüzden olayı iyi anlatacak bir kompozisyon oluşturulmalıdır. Oluşturulan kompozisyona ve tasarıma uygun olacak şekilde infografiklerimizde çizgi, renk, ton vb. ilkelere yer vermekteyiz.”

Milliyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Koray Nergiz’in infografik tasarımında dikkate ettikleri tasarım ilke ve elamanlarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“İnfografiklerde tasarımın amacı okuyucunun en rahat şekilde haberi anlaması olmalıdır. En az görsel malzemeye en anlaşılır infografikler bence en başarılı olanlardır. Eğer yaptığınız işte amaç olayı en doğru şekilde anlatmaktan çok görsel güzelliğe dayanırsa başarısız bir grafikten söz edebiliriz. Mümkün olduğunca basit ve kolay anlaşılır işler tasarlamak gerekir. Özellikle birden fazla karede anlatıyorsanız bir olayı devamlılık çok önemlidir. Amaç zaten okuyucunun haberi daha kolay anlaması olduğu için, grafikerin görevi bunu en az malzemeye en doğru, devamlılığı olan, görsel bütünlük içinde vermek olmalıdır. Bu yüzden öncelikle kompozisyon doğru bir şekilde oluşturulmalıdır. Kompozisyona uygun olarak renk, ton, çizgi vb. tasarım ilkeleri tasarım içerisinde yer almaktadır. Ama gazetede bir grafiği yaparken, grafiker kadar editörün de katkısı çok önemlidir. Grafiker olayı doğru bir şekilde anlamalıdır ki doğru bir şekilde bunu görselleştirebilsin.”

Radikal Gazetesinden Görsel Yönetmen Sertaç Bala’nın infografik tasarımında dikkate ettikleri tasarım ilke ve elamanlarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“Temel prensibimiz karışık olmamasıdır. Bu durumda öncelikli olarak kompozisyonun iyi kurulmasını gerektirmektedir. Detayların rahatça gözükebilmesi, renk dengesini iyi kurabilmek infografik uygulamalarında kullanılan önemli detaylar arasındadır. Eğer bunları yapamazsanız, infografik amacına ulaşmamış olacaktır. Çünkü okur sabırsız davranır. Bir iki yanlısını görürse devam etmez, geçer gider.”

Sabah Gazetesinden Grafik Tasarımcı İbrahim Sarı'nın infografik tasarımında dikkate ettikleri tasarım ilke ve elemanlarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“Aslında pek fark etmiyor, önemli olan yapılan grafiğin anlaşılır ve dikkat çekici olmasıdır. Bu yüzden tasarıma uygun olacak şekilde tasarım ilke ve elemanlarının hemen hemen hepsine dikkat edilmeye çalışılmaktadır ama grafiğin anlaşılabilirliği temel amaç olduğu için öncelikli olarak kompozisyonun oluşturulması önem kazanmaktadır.”

Zaman Gazetesinden Grafik Servis Şefi Nurettin infografik tasarımında dikkate ettikleri tasarım ilke ve elemanlarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“Öncelikle kompozisyonun iyi yapılması gerekiyor yoksa haber anlaşılmaz bir hal alabilir. Ve bir çok grafik elemanın bir arada olduğu karmakarışık tasarıma dönüşebilir. Öncelikle haberin öznesine odaklanıp büyük grafik materyalini ön plana çıkartıp diğer elemanları da hiyerarşi sıralarına göre yerleştiriyoruz. Böylelikle haberin daha kolay okunmasını ve anlaşılmasını sağlamış oluyoruz.”

4.2.6. Görüşme Yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcıların, Çalıştıkları Gazetelerdeki İnfografikleri, Ne Kadar Sıklıkta Kullandıklarına İlişkin Görüşleri

Araştırmada görüşme yapılan Görsel Yönetmen, Grafik Servis Şefi ve Grafik Tasarımcılara yöneltilen “Gazetenizde yer alan infografiklere ne kadar sıklıkta yer veriyorsunuz? Niçin?” Biçimindeki soruya görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların tümü görüş belirtmiştir. Aşağıda görüşme yapılan görsel yönetmen, grafik servis şefi ve grafik tasarımcıların infografiklere ne kadar sıklıkta yer verdiklerine ilişkin görüşlerine yer verilmiştir.

Hürriyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Faruk Kutlu'nun Hürriyet Gazetesindeki infografikleri, ne kadar sıklıkta kullandıklarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“Aslında bu durum birazda editörlere bağlıdır. Eğer görselleri daha çok kullanmak istiyorsa editör ve görsel yönetmen, grafik tasarımcı da ona göre haberleri görselleştirir. İnfografiklerin kullanım sıklığını; gündem, haberin özelliği, haberle ilgili

görsellerin durumu, editörün ve görsel yönetmenin kararı vb. birçok durum etkilemektedir.”

Milliyet Gazetesinden Grafik Tasarımcı Koray Nergiz’in Milliyet Gazetesindeki infografikleri, ne kadar sıklıkta kullandıklarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“Bu gündeme göre değişiklik gösterir. Örneğin gündemde ekonomik kriz varsa yoğun olarak ekonomi grafikleri yapılır. Deprem olmuşsa bu depremin yeri, oluş şekli, fay hatları vb. konularda grafikler yapılır. Askeri operasyonlar ya da terör saldırıları varsa bunu anlatan haritalara ağırlık verilir. Seçim zamanı partilerin oy oranlarını gösteren pasta grafikler yoğundur. Dolayısıyla infograiklerin sıklığını ülke ve dünyada yaşanan olaylar belirler.”

Radikal Gazetesinden Görsel Yönetmen Sertaç Bala’nın Radikal Gazetesindeki infografikleri, ne kadar sıklıkta kullandıklarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“Genellikle infografiklere gazetemizde yoğun olarak yer vermekteyiz, ama bu durumu gündem ve haberlerin özellikleri de etkilemektedir. Aslında gazetemizde yeni bir yapılanma üzerinde çalışıyoruz. Önümüzdeki aylarda çok daha sık kapsamlı infografik çalışmalarımıza da şahit olacaksınız.”

Sabah Gazetesinden Grafik Tasarımcı İbrahim Sarı’nın Sabah Gazetesindeki infografikleri, ne kadar sıklıkta kullandıklarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“Gazetede kullandığımız grafiklerin sıklığı pek belli olmuyor, bu tamamen haberlerin ve sayfanın durumuna bağlı. Bazen çok infografiğe yer veriyoruz, bazense çok nadir kullanıyoruz”

Zaman Gazetesinden Grafik Servis Şefi Nurettin Aslantaş’ın Zaman Gazetesindeki infografikleri, ne kadar sıklıkta kullandıklarına ilişkin görüşleri şöyledir:

“En fazla grafik elaman olarak fotoğraf kullanılır sonra infografikler ve illüstrasyonlar, karikatürler kullanılır. Haberlerin hepsine infografik yapılır demiyoruz. Gerçekten bir haberde info grafiğe ihtiyaç var mı ona bakıyoruz. Çünkü her habere infografik yapmak abartıdır. Bir haberin infografik öğeler taşıması öncelikle ön planda olmalıdır. Gazete tasarımında bütün grafik unsurlar dengeli kullanılmalıdır. Fotoğraflar, İnfografikler, Tipografi, İllüstasyonlar, Karikatürler, logolar vinyetler vb. Bunları

dengeli ve ihtiyaç dahilinde kullanmak gerekir. Hiç biri diğlerinin alanına müdahale etmemeli herkes tasarımın neresinde olması gerekiyorsa orada olmalıdır. Yoksa bu grafik elamanların hepsi sadece dolgu malzemesi olur ve haberi doğru bir şekilde yansıtamaz.”

SONUÇ VE ÖNERİLER

“Gazetelerde Kullanılan Bilgi Grafiklerini inceleyen bu araştırmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır. Sonuçlar araştırmanın boyutlarına göre:

1-Gazetelerdeki İnfografiklerin Aylara Göre İncelenmesine İlişkin Sonuçlar

a-Temmuz, Ağustos, Eylül 2011 sayılarına göre yapılan gazete taramasında, Hürriyet, Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde infografik haberlere yer verilmiştir. Milliyet, Radikal, Sabah ve Zaman gazetelerinde infografikler en fazla ekonomi haberlerinde kullanılırken, Hürriyet gazetesinde manşet haberlerinde kullanıldığı, ekonomi haberlerindeki kullanımının ikinci sırada yer aldığı görülmüştür.

b-Temmuz ayı içerisinde en fazla toplam infografik kullanım oranının Milliyet gazetesinde, en az toplam infografik kullanım oranının Sabah gazetesinde olduğu, Ağustos ayına göre en fazla toplam infografik kullanım oranının Hürriyet gazetesinde, en az toplam infografik kullanım oranının yine Sabah gazetesinde olduğu,

Eylül ayına göre ise; en fazla toplam infografik kullanım oranı Hürriyet gazetesine, en az toplam infografik kullanım Milliyet gazetesine aittir.

c- Araştırılan gazetelerde infografik kullanım oranları, aylara ve haber türlerine göre farklılıklar göstermektedir.

Hürriyet gazetesinde toplam infografik kullanımı oranlarında aylara göre büyük bir değişim yoktur. Ağustos ve Eylül aylarındaki toplam kullanım sayıları birbirine eşittir.

Milliyet gazetesinde toplam infografik kullanımı oranlarında düşüş görülmektedir. En fazla kullanım oranı temmuz ayına aitken en az kullanım oranı ise eylül ayına aittir.

Radikal ve Sabah gazetelerinde ise kullanım oranlarında artış gözlenmektedir. Her iki gazetede de en fazla kullanım oranı eylül ayı iken, en az kullanım oranı ise temmuz ayına aittir.

Zaman gazetesinde ise, en fazla kullanım oranı ağustos ayı iken en az kullanım oranı ise Temmuz ayına aittir.

d) Araştırılan gazetelerde infografik haberleri her gazete kendi sayfa tasarımına uygun olarak vermektedir. Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Zaman gazeteleri, gazete boyutları yönünden aynıken, Radikal gazetesi boyut olarak daha küçük olmasına rağmen sayfalarında daha geniş alanlarda infografiklere yer vermiştir.

2- Görüşme Sonuçlarına İlişkin Sonuçlar

a-Yapılan görüşme sonucunda Hürriyet, Milliyet, Sabah gazetelerinde infografiklerin yaklaşık 20 yıldır kullanıldığı, Zaman gazetesinde 2001'den beri kullanılmaya başlandığı ve Radikal gazetesinde de son iki yıldır daha çok yer verildiği saptanmıştır.

b-Yapılan görüşme sonucunda gazetelerde yer alan infografikelerin kullanım nedenleri haberi daha net ve kalıcı bir şekilde ifade etmek, haberi okutmak, okuyucuyu sıkmamak, okuyucunun haberi rahatça anlamasını sağlamak, gazete tasarımına farklılık kazandırmak olduğu saptanmıştır.

c-Yapılan görüşme katılımcıların görüşlerine göre aslında her haber için infografikleri kullanmanın mümkün olduğu ama ekonomi haberleri ve doğa olayları gibi farklı değişimlerin ve olayların yer aldığı haberlerde infografik uygulamalarının daha uygun ve gerekli olduğu saptanmıştır.

d-Yapılan araştırmada katılımcıların görüşlerine göre infografik tasarımlarında birçok tekniğin (illüstrasyon, fotoğraf, piktogram, diyagram gibi) kullanılabildiği, kullanılan tekniklerin haberin durumuna göre belirlendiği saptanmıştır.

e-Yapılan görüşmede katılımcıların görüşlerine göre infografiklerin kullanım oranını, mevcut gündemin ve haberin durumunun etkilediği saptanmıştır.

Öneriler

1-İnfografik uygulamaları grafik tasarım içerisinde yer alan, dünyada da her geçen gün kullanımı artan tasarımlardır. Ama buna rağmen Güzel Sanatlar Fakültelerinde İnfografik alanında ders verilmemektedir. Mezun kişiler piyasada çalışırken bu alanla tanışmaktadırlar. Bu sebeplerden dolayı Güzel Sanatlar Fakültelerinde infografik eğitime dikkat çekilmeli ve öğrencilere bu alana yönelik dersler verilmelidir.

2-Haberlerin infografik olarak anlatılmasının çoğunlukla editörlerin kararına bağlı olmasından dolayı, ortaya çıkan olumsuzlukların giderilebilmesi için editörlerin, görsel yönetmenlerinde görüşlerini dikkate alması gerekmektedir.

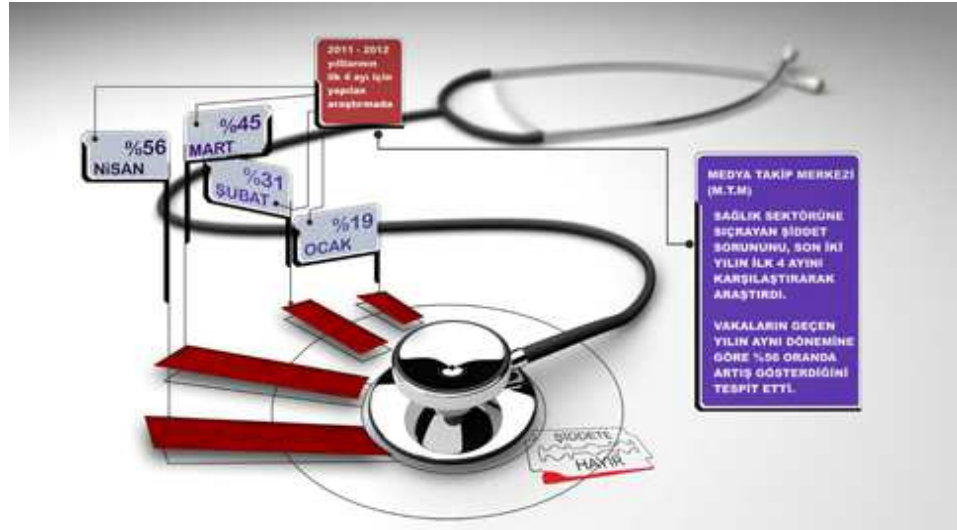
3-İnfografiklerin yabancı gazetelerde çok yaygın ve geniş alanlarda kullanılmasına rağmen, araştırılan ulusal gazetelerde daha küçük alanlarda kullanılmaktadır. Bu duruma dikkat edilmeli ve infografikler sayfa içerisinde daha geniş alanlarda kullanılmalıdır.

4-Gelişen teknoloji, dünyada infografik kullanımının video infografik uygulamaları yönünde ilerleme kaydedeceğini göstermektedir. Türkiye’de öncelikle basılı sektörde infografik kullanımına gerekli önem vermeli, sonrada hareketli infografik kullanımlarına yönelik gelişmeler takip edilmesi önerilir.

EKLER

Kadına yönelik şiddeti anlatan bu çalışma Adobe Photoshop ve Adobe İllüstratör programlarında hazırlanmıştır.

Sağlık Sektöründeki Şiddet Konulu İnfografik Çalışmaları



Sağlık sektöründeki şiddeti anlatan çalışmada Adobe İllüstratör ve Adobe Photoshop programları kullanılmıştır.

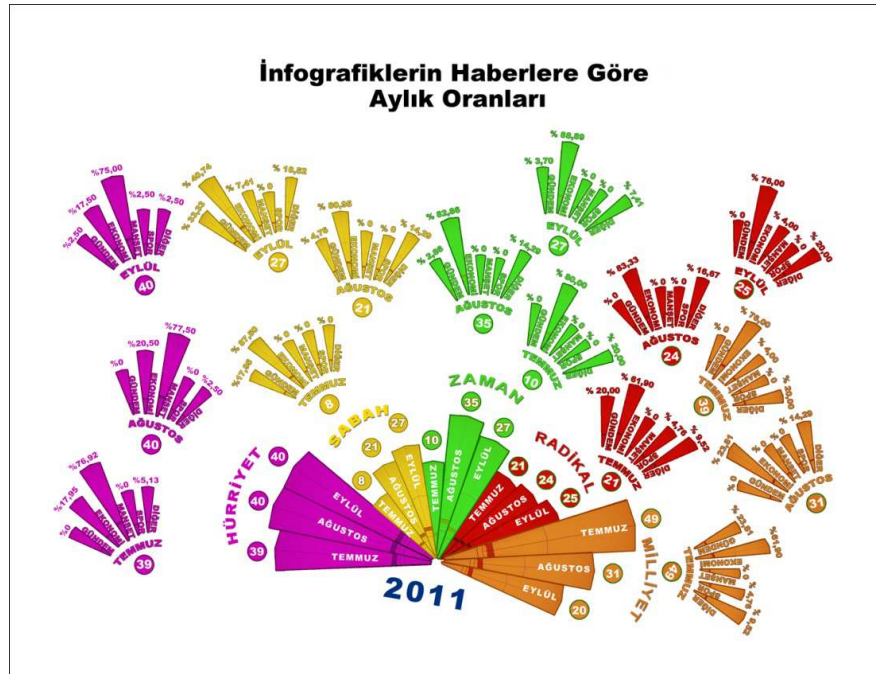
Gazetelerde Kullanılan İnfografik Oranlarının İnfografik Uygulamaları



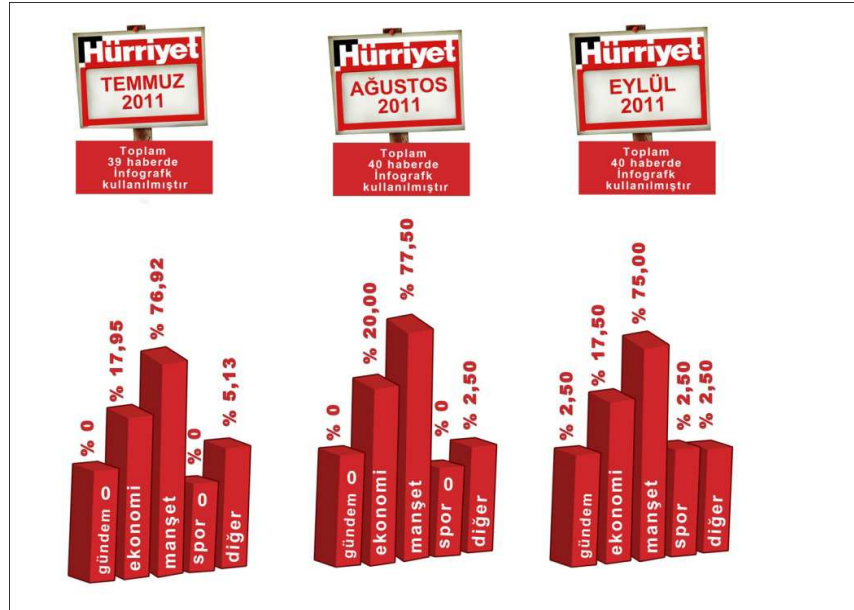
Radikal gazetesinde yayınlanan infografik haberlerin, aylara göre oranını anlatan infografik uygulama çalışması, Adobe İllüstratör programında hazırlanmıştır.



Gazetelerde yayınlanan infografik haberlerin, Temmuz ayına göre oranlarını anlatan infografik uygulama çalışması, Adobe Photoshop programında hazırlanmıştır.



Gazetelerde yayınlanan infografik haberlerin, Temmuz, Ağustos, Eylül aylarına ve haber türlerine göre oranlarını anlatan infografik uygulama çalışması, Adobe Photoshop programında hazırlanmıştır.



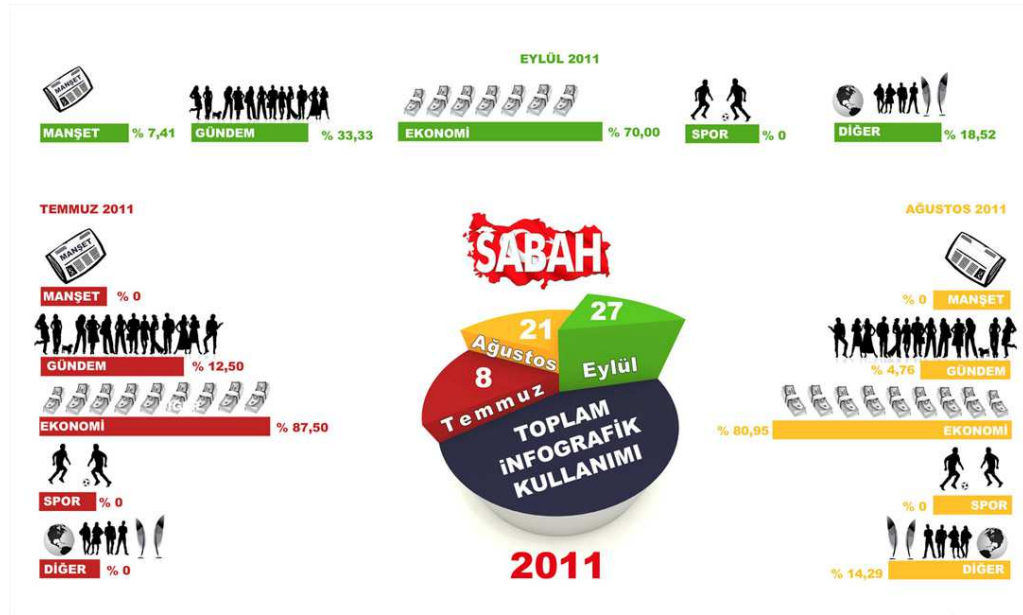
Hürriyet gazetesinde yayınlanan infografik haberlerin, Eylül ayına ve haber türlerine göre oranlarını anlatan infografik uygulama çalışması, Adobe Photoshop ve Adobe İllüstratör programlarında hazırlanmıştır.



Zaman gazetesinde yayınlanan infografik haberlerin, Temmuz, Ağustos, Eylül aylarına ve haber türlerine göre oranlarını anlatan infografik uygulama çalışması, Adobe Photoshop programında hazırlanmıştır.



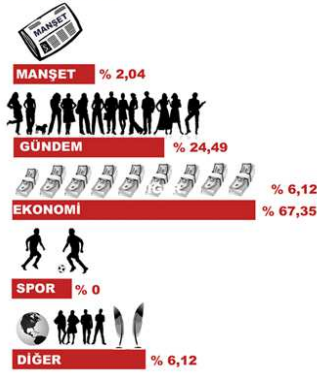
Zaman gazetesinde yayınlanan infografik haberlerin, Temmuz, Ağustos, Eylül aylarına ve haber türlerine göre oranlarını anlatan infografik uygulama çalışması, Adobe Photoshop programında hazırlanmıştır.



Sabah gazetesinde yayınlanan infografik haberlerin, Temmuz, Ağustos, Eylül aylarına ve haber türlerine göre oranlarını anlatan infografik uygulama çalışması, Adobe Photoshop programında hazırlanmıştır.



TEMMUZ 2011

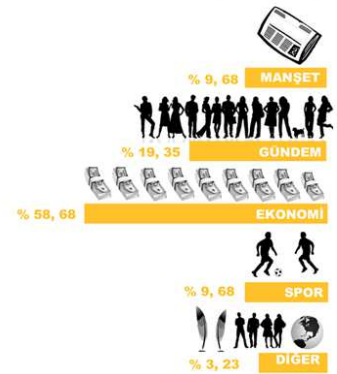


Milliyet



2011

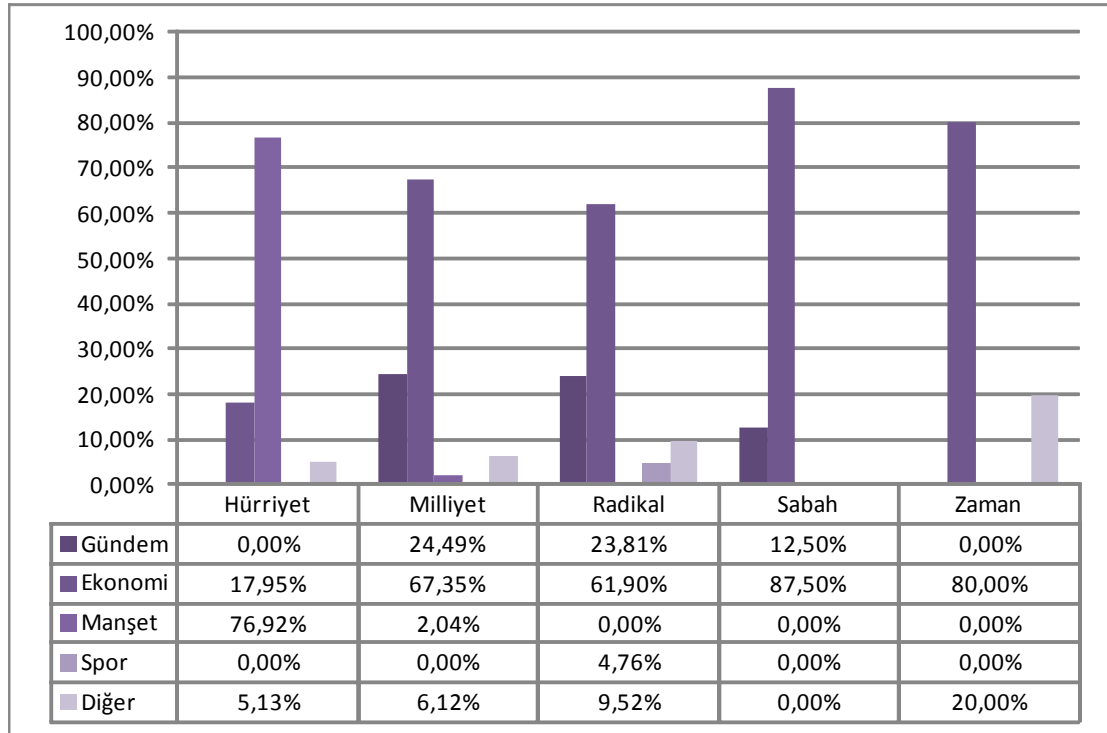
AĞUSTOS 2011



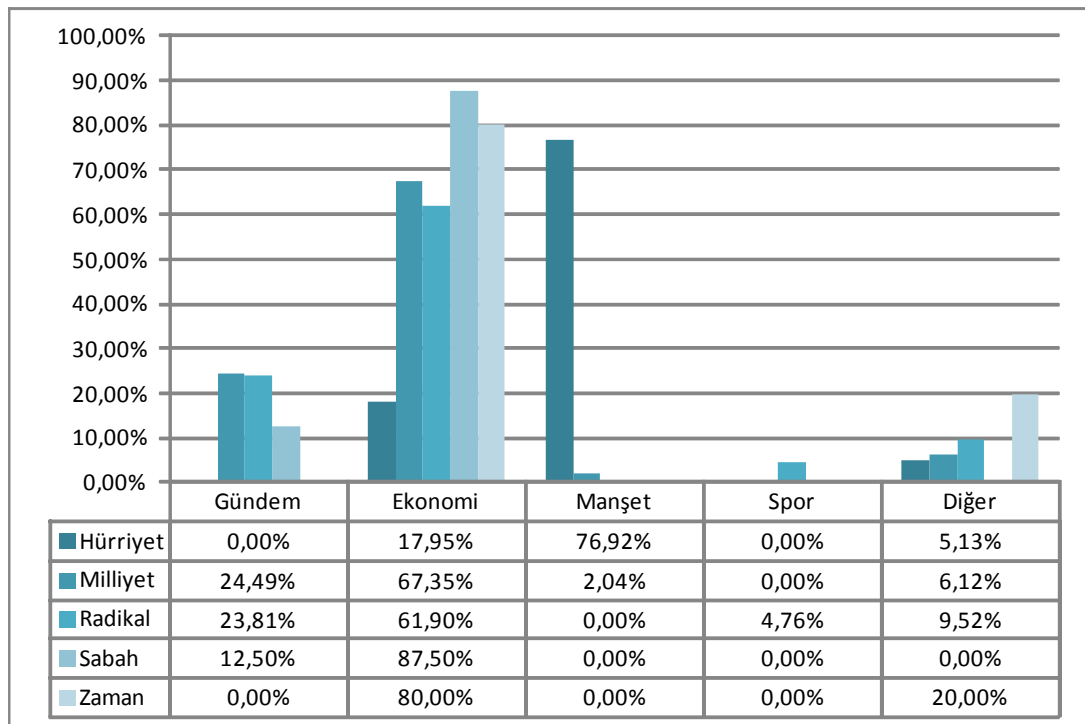
Milliyet gazetesinde yayınlanan infografik haberlerin, Temmuz, Ağustos, Eylül aylarına ve haber türlerine göre oranlarını anlatan infografik uygulama çalışması, Adobe Photoshop programında hazırlanmıştır.

EK 2: TABLOLAR

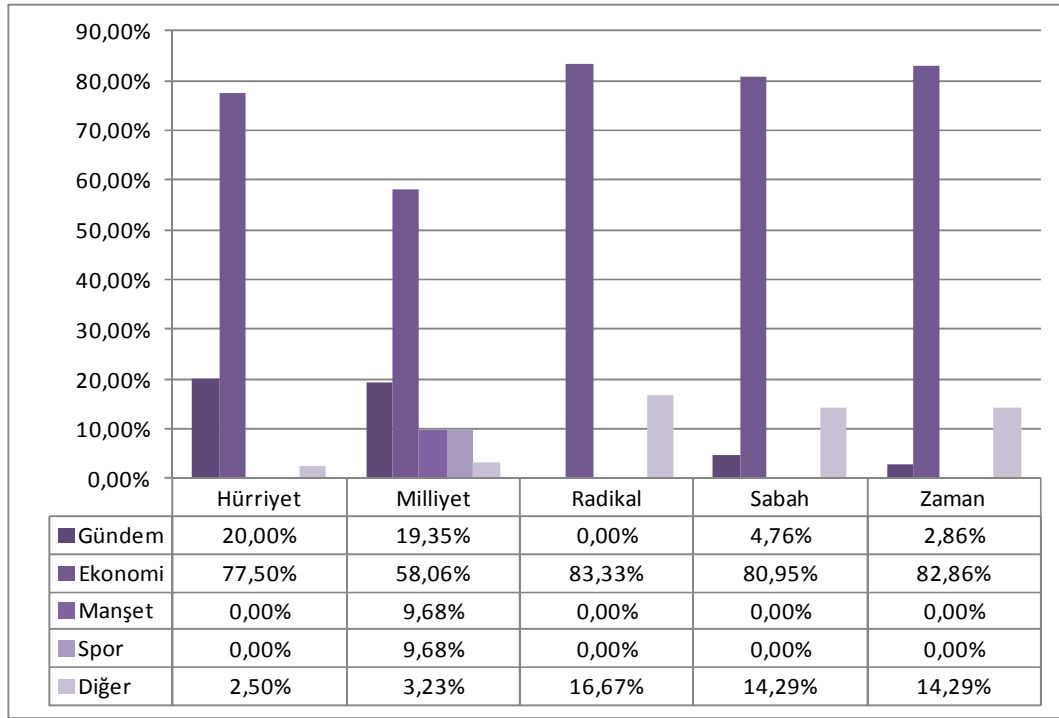
Tablo 1:



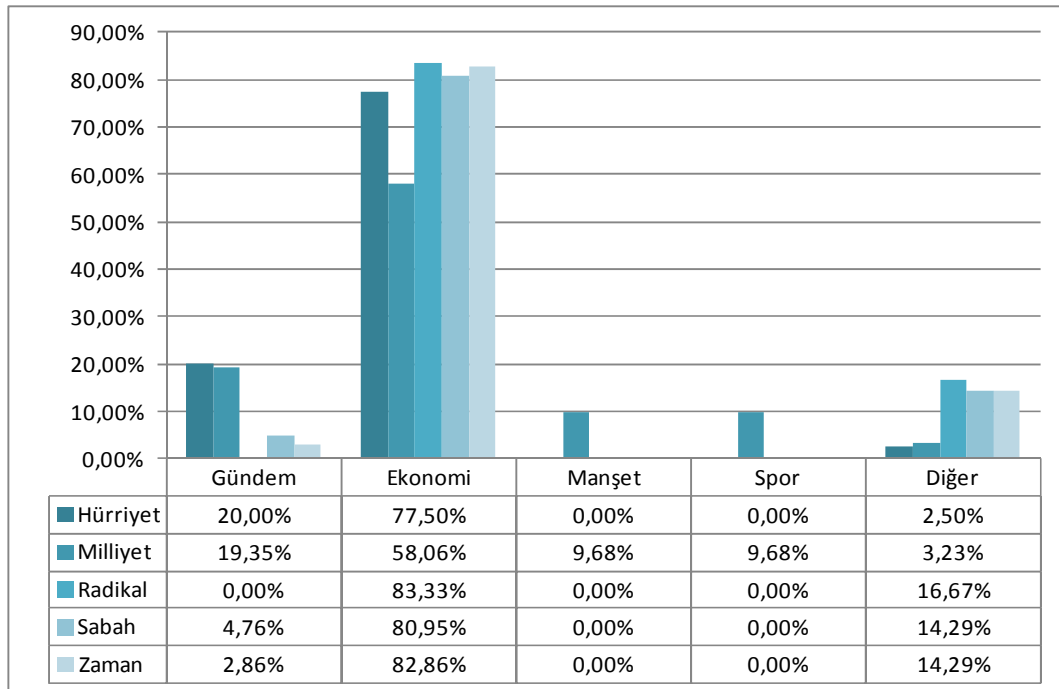
Tablo 2:



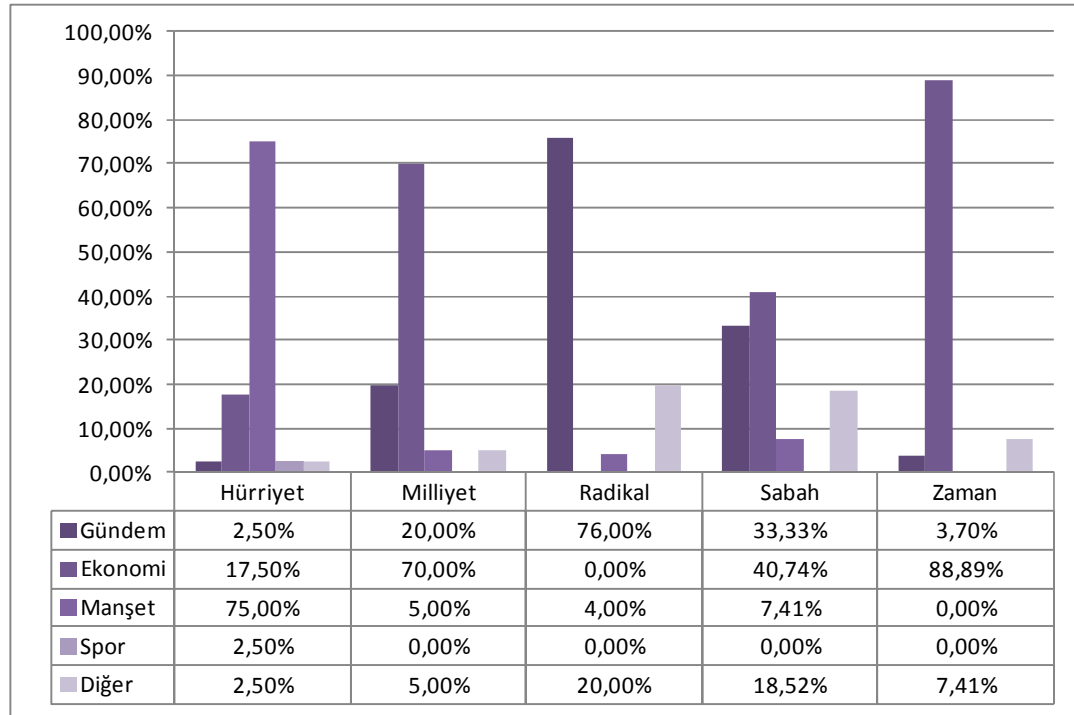
Tablo 3:



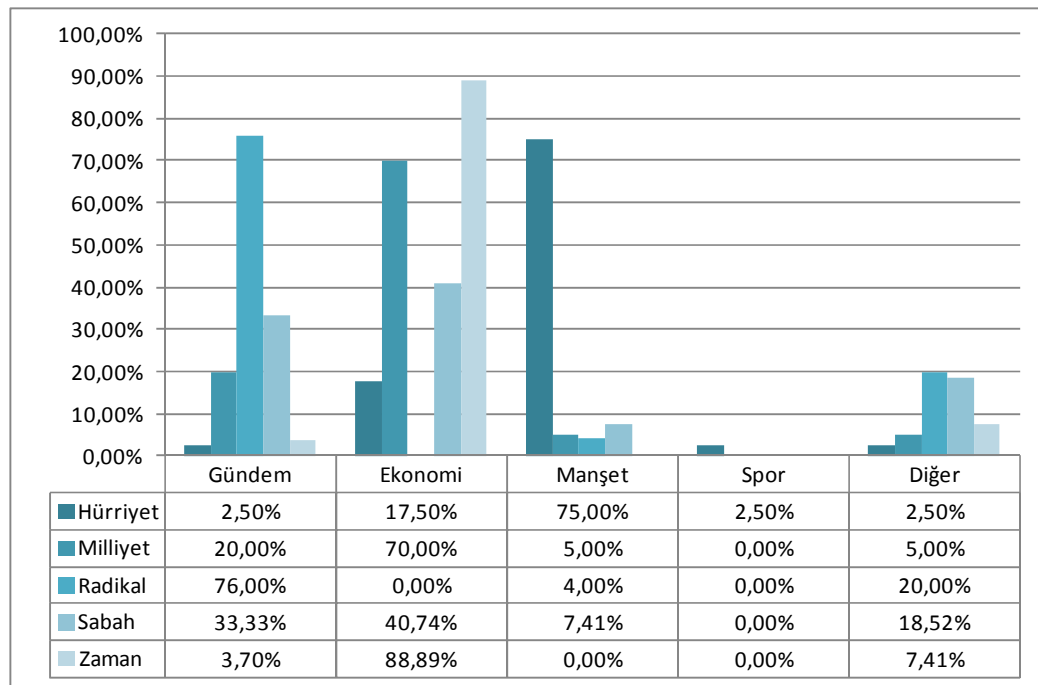
Tablo 4:



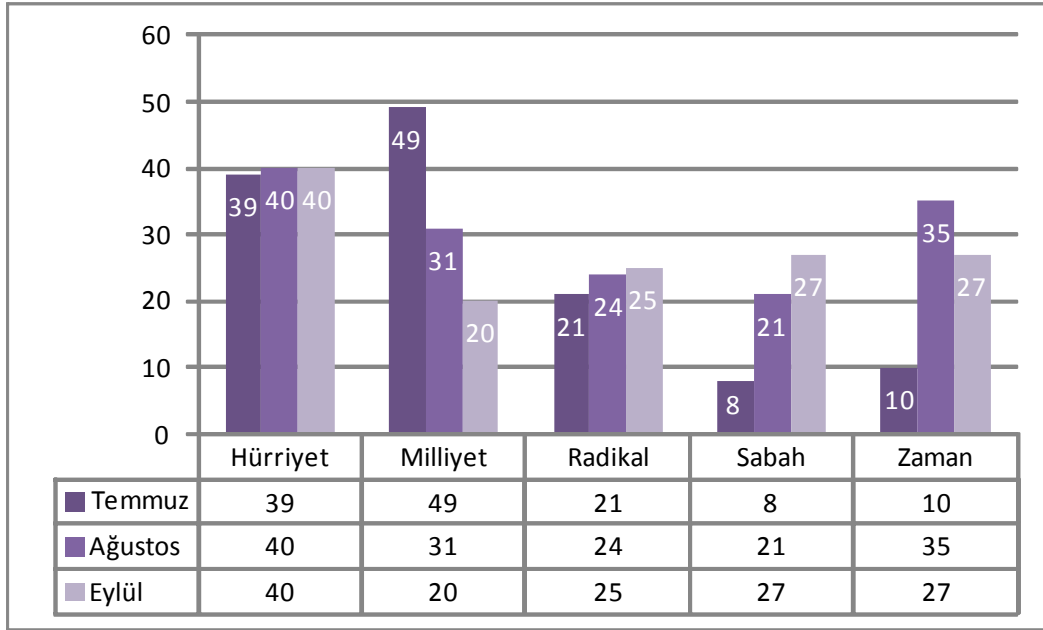
Tablo 5:



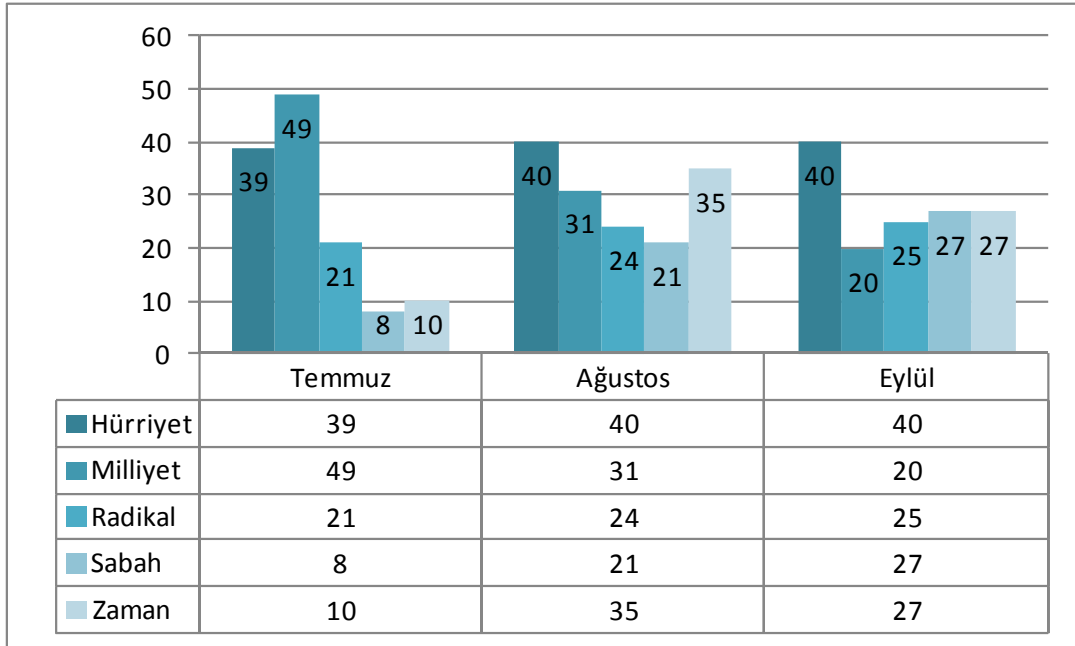
Tablo 6:



Tablo 7:



Tablo 8:



EK 3: GÖRÜŞME SORULARI**SORULAR**

- 1) İnfografikleri gazetenizde kaç yıldır kullanıyorsunuz?
- 2) Gazetenizde infografik kullanımına neden başladınız?
- 3) Gazetenizde hangi haberler için infografik kullanımını tercih ediyorsunuz?
Niçin?
- 4) Gazetenizde infografik uygulamaları hangi teknik veya tekniklerle (illüstrasyon, fotoğraf, piktogram, diyagram gibi.) ? Niçin?
- 5) İnfografikleri tasarlarken tasarım eleman ve ilkelerinden hangilerine daha çok dikkat ediyorsunuz? Niçin?
- 6) Gazetenizde yer alan infografiklere ne kadar sıklıkta yer veriyorsunuz? Niçin?

KAYNAKÇA

- AKÇALI, S., (1998), “Türkiye’de Araştırmacı Gazetecilik ve Sorunları”, Doktora Tezi, **Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İzmir.
- AKDAĞ, Ç. T., (2009), **Gazete Tasarımında Bilinmeyenler**, Erciyes İletişim, Kayseri
- AKTAŞ, Ö., (2005), “Grafik Tasarım Ürünlerinde Anlamın Kurgulanışı Olarak Nesnenin Dönüştürülmesi”, Yüksek Lisans Tezi, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Adana.
- ASLAN, B. ve E. KÖSE, (2010), “Ofset Baskı Sisteminde Zamana Bağlı Kuramın Mürekkep Densitesine Etkisi”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi**, Yıl: 9 Sayı: 18 Güz, ss. 65-75.
- ASLAN, B. ve KÖSE, E. (2004), **Bende Yazarım**, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- BAŞER, M. B., (1994), “Görsel İletişimde Piktogram ve Sembollerin İnsan Üzerindeki Etkileri”, Yüksek Lisans Tezi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Eskişehir.
- BATI, A., (2006), “Grafik Tasarımda Mesaj Analizi ve Görsel Öğelerin Düzenlenişi”, Yüksek Lisans Tezi, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- BECER, E., (1997), **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Kitabevi, Ankara.
- BODUR, F., (2006), “Haber Yazısı ve Haber Fotoğrafı Örnekleriyle “Yazılı Basında Etik” Sorgulaması”, **Küresel İletişim Dergisi**, Sayı 2, Güz, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi, Eskişehir.
- CANBEK, G. ve M.A., AKCAYOL, (2006), “İnternet Gazetesi Sayfa Düzeninin Gerçek Zamanlı Eniyilemesinin Benzetilmiş Tavlama Algoritmasıyla Gerçekleştirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- DAĞLI, N., (1995), **Gazete Yayımlama Teknikleri: Uygulamaları**, İmaj Yayınevi, Ankara.
- DEMİR, E.A. (2007), “Basın İlanlarında Görsel İletişim Tasarımı”, Yüksek Lisans Tezi, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.

Gazetecilik-Gazete Sayfası Tasarlama, 2011, Ankara.

Gazetecilik-Gazeteciliğin Temel Kavramları, 2011, Ankara.

GÜNER, M., (2009), **Televizyonun Dili Üzerine Bir Çözümleme: Varmısın Yokmusun**, Erciyes İletişim, Kayseri

HARRIS, R.L., (1996), **İnformation Graphics**, Oxsford University Press, Atlanta.

<http://bkeulitt.wordpress.com/>, (05.03.2012).

<http://blog.abdullahturhan.com/category/infografik-nasil-hazirlanir-infographic-nasil-hazirlanir/>, (08.03.2012).

<http://drawn.ca/archive/award-winning-newspaper-designs/> (11.03.2012).

<http://infographicsnews.blogspot.com/2011/03/all-malofiej-19-awards.html>, (03.03.2012).

<http://infographicsnews.blogspot.com/2011/03/all-malofiej-19-awards.html> (20.03.2012).

<http://inspiredm.com/10-coolest-typographic-infographics/>, (02.02.2012).

<http://multar.blogcu.com/internet-haberciligi-ve-geleneksel-habercilikten-farklari/454027> (25.04.2012).

<http://multar.blogcu.com/internet-haberciligi-ve-geleneksel-habercilikten-farklari/454027>, (17.04.2012).

<http://multar.blogcu.com/internet-haberciligi-ve-geleneksel-habercilikten-farklari/454027>, (03.04.2012).

<http://smashinghub.com/10-extremely-yet-informative-infographic.htm>, (02.04.2012).

<http://smashinghub.com/10-extremely-yet-informative-infographic.htm> (01.04.2012).

<http://submitinfographics.com/all-infographics/2010-weird-wacky-world-news-eadlines.html> (07.04.2012).

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, (01.02.2012).

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, (05.03.2012).

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Infografik>, (05.03.2012).

http://tr.wikipedia.org/wiki/Ofset_Bask%C4%B1, (22.02.2012).

http://www.digitalschweinshaxe.net/blog/infographics_in_real_life/ (30.04.2012).

http://www.digitalschweinshaxe.net/blog/infographics_in_real_life/ 30 Nisan Tarihinde Erişilmiştir.)

<http://www.grafikerler.net/sayfa-tasarimi-nedir-neye-yarar-t1114.html>, (11.03.2012).

http://www.photoshopmagazin.com/dergi/2010/09/infografik_nedir.html, (02.05.2012).

<http://www.spd.org/2010/10/cool-daily-newspaper-designs.php>, (11.03.2012).

İÇEL, Kayhan, (1990), **Kitle Haberleşme Hukuku**, Beta Yayınları, İstanbul.

İletişim, (1994), **Hürriyet Haber Ajansı Bülteni**, İstanbul, Sayı:27.

İSTEK, R., (2005), **Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni**, Pusula Yayınları, İstanbul

MAZLUM, F. S., (2006), **Masaüstü Yayıncılık: Tasarım Ve Basım Teknolojisine Giriş**, Gazi Kitapevi, Ankara

ÖNAL, H. İ., (2007), “Haberin Geleceği: Gazetelerle İlgili Bilgi Hizmetlerinin Bilginin Yapılanması ve Kullanımı”, **Bilgi Dünyası**, 8(1): 99-122.

PALİLONİS, G.P. (2006), **A Practical Guide to Graphics Reporting**, Focal Press, Amerika.

SEYLAN, G., (1994), **Değişim Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi**, İmge Yayınevi, Ankara.

ŞEKER, M., (2004), **Sayfa Düzeni**, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.

TAŞ, O., (1993b), **Gazete Yayınlama Tekniği**, Makro Yayınevi, Ankara.

TEPECİK, A., (2002), **Grafik Sanatlar**, Detay Yayıncılık ve Sistem Ofset, Ankara.

UÇAR, T. F., (2004), **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İnkılap Yayın Evi, İstanbul.

UTT, S.H. and PASTERNAK, S. (2000), **Newspeaper Research**, Journal, Vol.21.

YÜCEBAŞ, Ç., (2006), “Grafik Tasarımda Görsel Bütünlük Oluşturmada Tipografi İle Görseller Arasındaki İlişki ve Sanat Eğitimindeki Yeri”, Doktora Tezi, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Adana.

DİZİN

B

Bilgi grafiği, v, 51
Bilgi verici grafikler, 14

F

Fotoğraf, 12, 13, 30, 31, 36, 37, 49

G

Gazete, v, xi, 7, 10, 11, 12, 13, 17, 18,
21, 22, 25, 29, 30, 33, 34, 35, 48, 75,
91, 108, 109, 110
Görsel dil, 43, 44
Görsel İletişim, v, 108, 109, 110, 111
Grafik tasarım, 12, 18, 52, 54, 83
Grafik Tasarım, v, ix, xi, 76, 77, 78, 79,
81, 82, 83, 84, 86, 88, 89, 90, 91, 108,
111

H

Haber, v, vii, xi, xiii, 4, 5, 6, 8, 10, 13,
18, 19, 21, 41, 53, 55, 61, 62, 64, 66,
68, 69, 71, 108, 110

İ

İletişim, 1, 4, 5, 8, 10, 39, 108, 109, 110
İllüstrasyon, 31, 48
İnfografik, v, viii, ix, xi, xii, xiii, 14, 25,
26, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 50, 51, 52,
53, 54, 56, 61, 63, 64, 65, 66, 68, 69,
71, 72, 73, 74, 79, 81, 82, 83, 84, 85,
86, 94, 98
İnternet, 9, 10, 11, 42, 108

K

Kitle iletişimi, 55

M

Mesaj, 108

S

Sanat, 2
Sayfa düzeni, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23
Sembol, 44

T

Tipografi, 31, 47, 91, 110, 111