Gazetecilik · Temel Ders Notu

Grafik Tasarımın Temelleri

Bölüm 1: Grafik Tasarıma Giriş

Notun yapısı

1 Giriş
Tanım, süreç, baskı ve dijital fark

2 Tasarım öğeleri
Nokta, çizgi, biçim, ölçü, ton, doku, yön, boşluk

3 Renk
Sistemler, uyum, anlam, erişilebilirlik

4 İlkeler ve düzen
Denge, hiyerarşi, grid, okuma yönü

5 Tipografi
Karakterler, okunurluk, hiyerarşi

6 Görsel ve etik
Fotoğraf, infografik, veri, telif

7 Teknik temeller
Piksel, biçimler, ölçüler, baskı

8 Görsel kimlik
Logo, sosyal medya, iş akışı

Her bölümün sonunda özet ve değerlendirme soruları var. Kalın terimler sınav için önemlidir; kavramları haber siteleri, sosyal medya ve afişlerde arayın.

1.1 Tasarım ve grafik tasarım nedir?

Tasarım, bir amaca ulaşmak için fikri önce zihinde kurmak, sonra çizim, plan ya da taslak olarak somutlaştırmaktır. Süslemek değil, **problem çözmektir** (Becer, 2002).

Grafik

Yunanca graphein: yazmak, çizmek

Grafik tasarım

Görsel öğeler ve yazının birlikte kullanılarak mesajın hedef kitleye etkili, anlaşılır, doğru iletilmesi

İlk işlev

Mesajı iletmek ya da ürün, hizmet, haberi tanıtmak; estetik bunu güçlendirir

Uygulamalı tasarım dalları: endüstri tasarımı (ürün), çevre tasarımı (mekân), grafik tasarım (görsel iletişim). Başarı programla değil, hedef kitleye ne anlattığıyla ölçülür.

1.2 İletişim aracı olarak grafik tasarım

Görsel iletişimin dili **tasarım öğeleri ve ilkeleridir**. Manşet düzeni, infografik akışı, kart başlığının boyutu, fotoğrafın kırpılması okura ne düşüneceğini ve neye önce bakacağını söyler.

Kötü tasarım

Doğru bilgi bile anlaşılmaz, hatta yanlış anlaşılır

Tasarımcı

Hem sanatçı hem iletişimci

Sizin göreviniz

Mesajın ne olduğuna, kime gideceğine, hangi ortamda yayımlanacağına karar vermek

1.3 Kısa bir tarihçe

15. yüzyıl ortası

Matbaa ve hareketli harf: yazının çoğaltılması, tipografi

19.-20. yüzyıl

Afiş, gazete, dergi, reklam; "grafik tasarım" terimi

1980'lerin ortası

Kişisel bilgisayar ve masaüstü yayıncılık; yazar ve editörler de düzene katıldı

1990'lardan beri

Web, mobil, sosyal medya, video: alan ekranlara ve hareketli içeriğe genişledi

Bugün temel konu yalnızca baskı değil, görsel iletişim tasarımıdır; ortam ne olursa olsun iş, görsel iletişim problemlerine çözüm getirmektir.

1.4 Tasarım süreci

Salisbury (1996): problemin tanımlanması, bilgi toplama, yaratıcılık, çözüm bulma, uygulama. İçerik üreticisi için karşılığı:

Brif
Amaç, hedef kitle, tek ana mesaj

→

Ortam
Telefon, afiş, e-posta; boyut ve format

→

Araştırma, fikir
Benzer içerikler, yayının görsel dili

Taslak, tasarım
Önce kaba yerleşim, sonra tasarım

→

Geri bildirim
Hedef kitlenin gözüyle okuyup düzeltme

→

Yayın, ölçme
İlgi ve etkileşimi izleme

Amacı net olmadan başlanan iş, güzel görünse de mesajı iletmez.

1.5 Baskı ve dijital tasarım

Özellik	Baskı	Dijital
Ortam	Kâğıt, afiş, broşür, gazete	Telefon, bilgisayar, tablet, sosyal medya
Renk sistemi	CMYK (mürekkep)	RGB (ışık)
Ölçü birimi	mm, cm, punto	Piksel (px)
Boyut	Sabit	Cihaza ve platforma göre değişken
Etkileşim	Yok (durağan)	Tıklama, kaydırma, hareket, ses
Düzeltme	Basıldıktan sonra mümkün değil	Yayından sonra güncellenebilir
Okuma bağlamı	Sakin, tek seferde	Hızlı kaydırma, dikkat dağınıklığı

Dijitalde okur içeriğe saniyeler ayırır: ilk bakışta anlaşılırlık, kısa metin ve net hiyerarşi baskıdan da önemlidir.

1.6 Gazeteci neden grafik tasarım bilmeli?

Görsel içerik

Haber ve içerik üretimi görselleşti; metin tek başına yetmez

Ortak dil

Tasarımcı ve editörle istediğinizi doğru anlatırsınız

Hız

Hızlı ortamda basit tasarımları kendiniz yapabilmelisiniz

Güvenilirlik

Hatalı, özensiz, yanıltıcı görsel yayının güvenini zedeler

Görsel okuryazarlık

Görsellerin okuru nasıl yönlendirdiğini fark edersiniz

1.7 Bölüm 1 özeti

1. Grafik tasarım, mesajı görsel öğeler ve yazıyla hedef kitleye etkili ileten görsel iletişim sanatıdır.
2. Tasarım süsleme değil, problem çözme sürecidir.
3. Süreç: brif, araştırma, taslak, tasarım, geri bildirim, yayın.
4. Baskı ve dijital: renk sistemi, ölçü, etkileşim ve okuma bağlamı bakımından ayrılır.
5. Gazeteci için hedef tasarımcı olmak değil, görsel iletişimi bilinçli kullanmaktır.

1.8 Değerlendirme soruları

Soru 1

Tasarım ve grafik tasarımı tanımlayın. Grafik tasarımın temel amacı nedir?

Soru 2

Grafik tasarımın bir iletişim süreci olduğunu bir haber örneğiyle açıklayın.

Soru 3

Tasarım sürecinin aşamalarını sıralayın; her aşamada içerik üreticisi ne yapmalı?

Soru 4

Baskı ve dijital tasarımı en az dört başlıkta karşılaştırın. Farklar kararları nasıl etkiler?

BÖLÜM 2

Tasarım Öğeleri

Nokta, çizgi, biçim, ölçü, ton, doku, yön ve boşluk

Görsel iletişimin yapı taşları

Tasarımın arka planında hedef kitlenin ve tasarımcının psikolojik ve sosyo-kültürel özellikleri bulunur; ön planda mesajı somutlaştıran **öğeler** yer alır. Türkçe kaynaklarda: çizgi, ton, renk, doku, biçim, ölçü, yön.

Neden önemli?

Bir tasarımı beğenip beğenmemenin ötesinde, nedenini söyleyebilmenizi sağlar

Bu notta

Renk ayrıca, 3. bölümde ele alınır

2.1 Nokta ve çizgi

Nokta tasarımın en küçük birimidir. **Çizgi** noktanın hareketi ya da iki yüzeyin kesişmesidir.



Yatay
Durgunluk, sakinlik

Dikey
Saygınlık, güç, denge

Diyagonal
Canlılık, hareket, gerilim

Kıvrımlı
Zarafet, akıcılık

Çizginin görevleri

Ayırır, gruplar

Bölümleri ayırır, bilgiyi gruplar

Yönlendirir

Gözü yönlendirir, altını çizerek vurgu yapar

Çerçeveler

Kutu ve çerçeve oluşturur; nesneye hacim ve sınır kazandırır

Örnekler: haber sitelerindeki ayırıcı çizgiler, manşet altındaki ince hatlar, infografikteki bağlantı okları.

2.2 Biçim (şekil)



Daire

Uyum, bütünlük, yumuşaklık, dostluk

Kare, dikdörtgen

Düzen, sağlamlık, güvenilirlik

Üçgen

Hareket, yön, gerilim, bazen tehlike

Geometrik ya da organik olabilir. Yuvarlak köşeli buton dostane, keskin köşeli kutu resmî görünür. Figür ile zemin arasında net ayrım olmalıdır.

2.3 Ölçü (boyut)

Genel kural

Büyük olan daha önemli algılanır; önemli öğeyi öne çıkarmanın en basit yolu büyütmektir

Ölçü görecelidir

Yan yana gelince küçük öğe, daha küçüğün yanında büyük görünür

Ama

Parlak renkli küçük başlık, soluk fotoğrafın yanında dikkat çekebilir: ölçü renk ve kontrastla birlikte değerlendirilir

Dijitalde ölçü ekrana göre değişir: masaüstünde yeterli yazı telefonda çok küçük kalabilir.

2.4 Ton (valör) ve kontrast



Ton

Rengin açıklık veya koyuluk derecesi; hacim, derinlik ve hiyerarşi kurar

Kontrast

İki öğe arasındaki fark, en çok ton farkıyla sağlanır; okunurluğu doğrudan etkiler

İpucu: tasarımı siyah-beyaza çevirin. Hâlâ okunuyor ve öncelik sırası anlaşılıyorsa tonlamanız iyidir.

2.5 Doku ve 2.6 Yön

Doku

Yüzeyin gerçek ya da görünür özelliği. Doğal (yaprak, taş) ve yapay (metal, kumaş). Dijitalde yalnızca görsel hissettirilir; yoğun dokulu zemin yazıyı bozar

Yön

Yatay, dikey, diyagonal. Gözü yönlendirir: bakış yönü, ok, çizgi doğrultusu. Kişilerin bakışı içeriğe doğru olmalı. Yatay sakin, diyagonal dinamik

2.7 Boşluk (negatif alan)

Atıl alan değil

Boşluk bir tasarım öğesidir

İşlevi

Nefes aldırır, öğeleri ayırır, odağı belirginleştirir, düzen sağlar

Dengesi

Sıkışık düzen okuru yorar; bol boşluk modern ve profesyonel görünümün göstergesidir

2.8 Bölüm 2 özeti

1. Öğeler: nokta, çizgi, biçim, ölçü, ton, doku, yön, boşluk (renk ayrı).
2. Çizgi ve biçim anlam taşır: yatay çizgi durgunluk, diyagonal hareket.
3. Ölçü ve ton, öğeler arasındaki önem sırasını belirler.
4. Kontrast okunurluğun ve vurgunun temelidir.
5. Boşluk eksiklik değil, bilinçli bir parçadır.

2.9 Değerlendirme soruları

Soru 1

Dört tasarım öğesini tanımlayın ve dijital içerik örneğiyle açıklayın.

Soru 2

Çizgi türlerinin çağrışımlarını açıklayın. Haber görselinde çizgi hangi amaçlarla kullanılır?

Soru 3

Ton ve kontrastı tanımlayın; okunurluk üzerindeki etkisini örnekle tartışın.

Soru 4

Boşluk nedir? Sosyal medya görselinde işlevlerini anlatın.

BÖLÜM 3

Renk

Sistemler, uyum, anlam ve erişilebilirlik

3.1 Renk nedir?

Renk, ışığın dalga boyuna göre gözümüzde oluşan bir histir. Newton, güneş ışığını prizmadan geçirip beyaz ışığın gökkuşağı renklerine ayrıldığını göstermiş, buna renk şeridi (solar spektrum) demiştir.

Psikologlar

Rengin duygusal etkilerini incelerler

Fizikçiler

Işık olarak yapısını incelerler

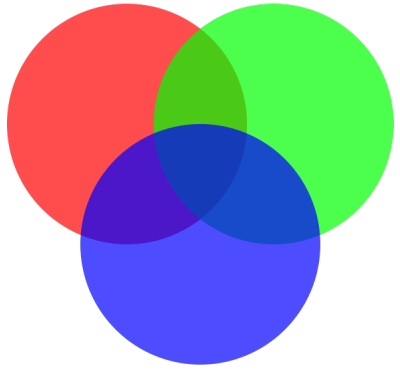
Sanatçılar

Estetik kullanımını incelerler

Grafik tasarımcı için renk, hem dikkat çeken hem anlam taşıyan en güçlü araçlardan biridir.

3.2 Renk sistemleri: ışık ve mürekkep

RGB: ışık



Kırmızı, yeşil, mavi. Üçü birleşince beyaz (toplamalı). Tüm ekranlar ve dijital içerik; HEX kodlarla verilir (#FF0000).

CMYK: mürekkep



Cyan, magenta, sarı, siyah (Key). Üst üste basılır (çıkarmalı). Matbaaya giden iş.

Ekran renkleri genellikle baskıdan canlıdır; parlak renk basıldığında soluk çıkabilir. Geleneksel boya sisteminde ana renkler kırmızı, sarı, mavi.

3.3 Rengin üç özelliği

Renk türü (hue)

Rengin adı: kırmızı, mavi, yeşil, sarı

Açıklık-koyuluk (ton, valör)

Beyaz eklenince açılır, siyah eklenince koyulaşır

Doygunluk

Rengin ne kadar saf ve parlak olduğu: yüksek canlı, düşük soluk ve gri

Aynı boyuttaki iki şekilden parlak olan daha büyük algılanır: renk ölçü algısını da etkiler.

3.4 Renk uyumları

Tek renkli



Tek rengin açık ve koyu tonları; sakin

Komşu (analog)



Çarkta yan yana: mavi, mor, turkuaz

Tamamlayıcı



Çarkta karşılıklı: mavi ve turuncu; güçlü kontrast

Üçlü ve dörtlü



Çarkta eşit aralıklı; canlı, dikkatli kullanılmalı

3.5 Sıcak, soğuk renkler ve anlam

Sıcak renkler

Kırmızı, turuncu, sarı: uyarıcı, yakın, öne çıkmış hissi

Soğuk renkler

Mavi, yeşil, mor: dinlendirici, uzak, geride hissi

Anlam evrensel değil

Çağrışımlar kültüre, coğrafyaya, geleneğe, modaya göre değişir; beyaz Batı'da saflık, bazı Doğu kültürlerinde yas

Seçimde dört unsur (Becer): kültürel çağrışım, hedef kitlenin tercihi, firma ya da ürünün karakteri, tasarımdaki yaklaşım. Haberde (seçim grafiği, parti, bayrak, afet) renk tarafsızlık algısını etkiler; kırmızının gerekçesiz sürekli kullanımı ciddi haberlerin etkisini azaltır.

3.6 Renk ve erişilebilirlik

Renk körlüğü

Kırmızı ve yeşili ayırt etmekte zorlananlar için bilgiyi yalnızca renkle vermeyin; etiket, simge, desen, yazıyla destekleyin

Kontrast oranı (WCAG)

Normal metin için en az 4,5:1; büyük metin için en az 3:1. Ölçen ücretsiz araçlar var

Açık gri yazı beyaz zeminde güzel görünse de çoğu zaman bu eşiğin altında kalır. Örnek: grafikte iki partiyi yalnızca kırmızı-yeşille ayırmak yerine isimlerini üzerine yazın.

3.7 Renk paleti nasıl seçilir?



Az renk

Ana, ikincil, vurgu ve nötrler (beyaz, siyah, gri)

Vurgu tek yerde

Her yerde kullanılan vurgu, vurgu olmaktan çıkar

HEX kaydı

Kurum renklerini HEX kodlarıyla saklayıp aynı kodları kullanın

Baskıda kâğıt

Mat kâğıt renkleri sönük, parlak kâğıt canlı gösterir

3.8 Bölüm 3 özeti

1. Renk, ışığın dalga boyunun gözde oluşturduğu histir.
2. Ekran RGB (ışık), baskı CMYK (mürekkep); ekran renkleri baskıda soluklaşabilir.
3. Rengin özellikleri: tür, açıklık-koyuluk, doygunluk.
4. Uyumlar: tek renkli, komşu, tamamlayıcı, üçlü. Sıcak yakın, soğuk uzak hissi verir.
5. Renk anlamları kültürel ve bağlamsaldır.
6. Erişilebilirlik: kontrast oranı ve renk körlüğü.

3.9 Değerlendirme soruları

Soru 1

RGB ve CMYK sistemlerini karşılaştırın. Hangi ortamda hangisi, neden?

Soru 2

Rengin üç özelliğini açıklayın.

Soru 3

Renk seçiminde dikkat edilecek unsurları anlatın; anlamın evrensel olmadığını örneklerle gösterin.

Soru 4

Bir haber grafiğinde renk körü okurlar için hangi önlemler alınabilir?

BÖLÜM 4

Tasarım İlkeleri ve Düzen

Denge, hiyerarşi, vurgu, gruplama, grid ve okuma yönü

Öğeler malzeme, ilkeler rehber

Tasarım öğeleri malzemeyse, **tasarım ilkeleri** bu malzemenin nasıl düzenleneceğini gösterir. Becer: denge, orantı ve görsel hiyerarşi, devamlılık, bütünlük, vurgulama. Ayrıca gruplama, hizalama, kontrast, grid ve okuma yönü.

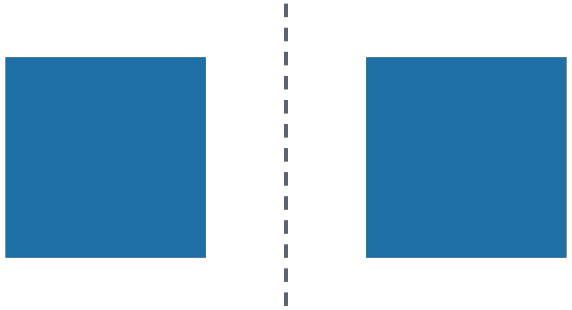
Uyarı

Grafik tasarımda kesin ve değişmez kurallar yoktur. İlkeler tarif değil, rehberdir; iyi tasarımcı hangisini ne zaman esnetebileceğini bilir.

4.1 Denge

Denge, görsel ağırlığın dağılımıdır. Büyük, koyu, parlak, renkli ve yüz içeren öğeler daha ağır görünür.

Simetrik



Ortadan bölen çizginin iki yanında eşit. Ciddi, resmî, güvenilir; resmî duyuru için. Uzun bakınca durağan.

Asimetrik



Farklı boyut ve konum, toplamda denge. Canlı, modern, akılda kalıcı; kurması daha zor.

4.2 Görsel hiyerarşi ve orantı

Hiyerarşi

Okurun öğeleri hangi sırayla göreceğini belirleyen öncelik. Haber kartı: 1. başlık, 2. görsel, 3. kaynak ve logo

Araçlar

Boyut, renk, kontrast, konum, kalınlık, boşluk

Orantı

Her şey aynı büyüklük ve vurguda olursa hiçbir şey öne çıkmaz

Test: gözünüzü kısın

Ekrana yarı kapalı gözle bakın. İlk gördüğünüz öğe gerçek birinci düzeydir; istediğiniz öğe değilse hiyerarşi hatalıdır.

4.3 Vurgulama ve odak noktası

Başlamadan karar verin

Okur neyi ilk görmeli?

Yollar

Boyut, parlak ya da zıt renk, farklı biçim, kontrast, kalınlık, çevresine boşluk

Kural

Birden fazla yerde vurgu, vurguyu ortadan kaldırır: tek ana odak, en çok bir ya da iki yardımcı odak

4.4 Yakınlık ve Gestalt yasaları

İlgili öğeler yakın, ilgisizler uzak durmalı. Gestalt: göz parçaları değil bütünü görmeye çalışır.

Yakınlık

Yakın öğeler grup algılanır

Benzerlik

Biçim, renk, boyut benzerse aynı grup

Kapalılık

Eksik şekli zihin tamamlar; logolarda

Devamlılık

Göz çizgiyi kesintisiz izler

Figür ve zemin

Zihin öne çıkan figür ve geri kalan zemini ayırır

Bütünlük

Benzer öğeler bütünlük sağlar; her şey aynıysa monoton, her şey farklıysa karmaşık

4.5 Devamlılık, tekrar ve ritim

Tekrar

Ritim ve tutarlılık yaratır

Seri tasarım

Haber kartı şablonları, kapaklar, kampanya görselleri aynı renk, yazı karakteri ve yerleşimi kullanır

Sosyal medya

Şablon kullanmanın temel nedeni budur

4.6 Hizalama ve kontrast

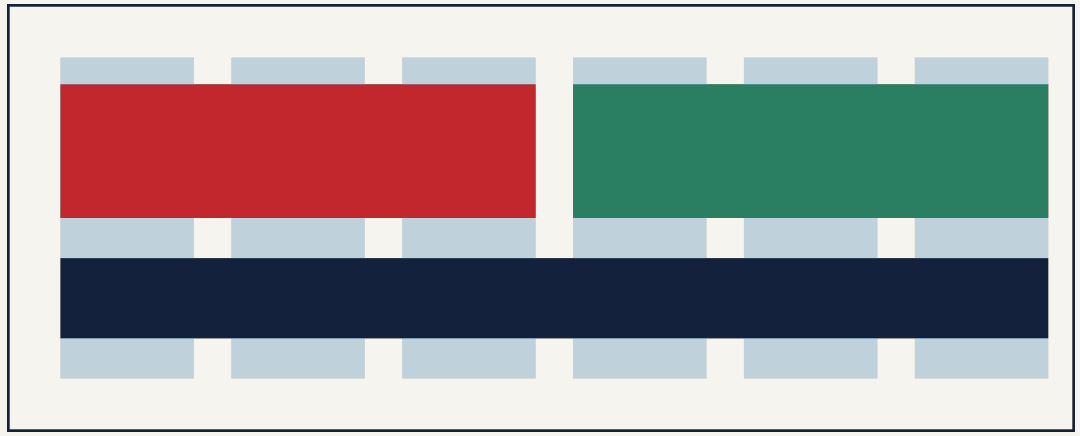
Hizalama

Öğeleri ortak hatta yerleştirmek: düzenli, profesyonel. Uzun metinde sola hizalama en okunaklı; ortalı hizalama yalnızca kısa başlık ve davetiye için. Rastgele yerleşim özensiz gösterir

Kontrast

Dikkati yönlendirmenin en güçlü yolu: boyut (büyük-küçük), ton (açık-koyu), renk (sıcak-soğuk), biçim (yuvarlak-köşeli), yazı (kalın-ince). Belirgin olmalı; birbirine çok yakın ama aynı olmayan öğeler kararsız görünür

4.7 Grid ve düzen



Marj: kenar boşluğu

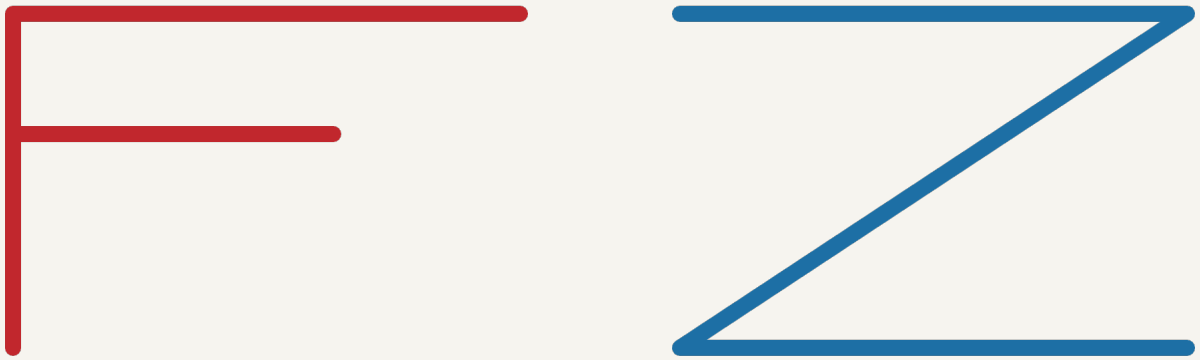
Sütun: metin ve görsel bölmeleri

Oluk (gutter): sütunlar arası boşluk

Grid tasarımın görünmeyen iskeletidir. Dijitalde duyarlı (responsive): masaüstünde çok sütun, telefonda tek sütun; web'de 12 sütunlu grid yaygın. Çok katı grid monotonlaştırır; aynı yayında başlık, görsel, metin hep aynı yerde olunca okur rahat eder.

4.8 Okuma yönü ve göz hareketi

Latin alfabesinde göz soldan sağa, yukarıdan aşağıya gider; büyükten küçüğe, koyudan açığa, renkliden renksize eğilir.



F: metin ağırlıklı

Z: az öğeli

F: önemli bilgi başlıkta ve satır başlarında. Z: logo sol üstte, çağrı ya da bilgi sağ altta. Mobilde ilk ekran kritik: haber başlığı ve ana görsel orada olmalı.

4.9 Bölüm 4 özeti

1. İlkeler: denge, orantı ve hiyerarşi, vurgu, yakınlık, bütünlük, devamlılık, hizalama, kontrast.
2. Simetrik denge resmî ve durağan, asimetrik canlı ve dinamik.
3. Hiyerarşi boyut, renk, kontrast, konum, boşlukla kurulur; vurgu tek noktada.
4. Gestalt: yakınlık, benzerlik, kapalılık, devamlılık, figür-zemin.
5. Grid tasarımın iskeletidir; dijitalde duyarlıdır.
6. Göz soldan sağa ve yukarıdan aşağıya gider; F ve Z örüntüleri kılavuzdur.

4.10 Değerlendirme soruları

Soru 1

Simetrik ve asimetrik dengeyi karşılaştırın. Hangi içerik için hangisi uygun?

Soru 2

Görsel hiyerarşi nedir, hangi araçlarla kurulur? Haber kartıyla açıklayın.

Soru 3

Üç Gestalt yasasını tanımlayıp tasarım örneğiyle açıklayın.

Soru 4

Grid nedir, neden kullanılır? Basılı ve dijitaldeki farkı anlatın.

BÖLÜM 5

Tipografi

Yazı karakterleri, okunurluk ve yazı hiyerarşisi

5.1 Tipografi nedir?

Tipografi, yazının görsel olarak düzenlenmesi sanatıdır. Yazı içeriği taşır, ayrıca bir **görsel ses** taşır (Uçar, 2004): aynı cümle kalın, büyük harfli ve kırmızıysa bağırır, ince ve küçükse fısıldar.

Okunurluk (legibility)

Tek tek harflerin ne kadar rahat ayırt edildiği; karakterin biçimiyle ilgili

Okunabilirlik (readability)

Metnin bütün olarak ne kadar rahat okunduğu; satır uzunluğu, aralık, kontrast, hizalama

Estetik güzellik, okunmayan metni kurtarmaz.

5.2 Yazı karakteri grupları

Serifli

Habere Bak

Uçlarda çıkıntı; gazete, kitap; ciddi, köklü

Serifsiz

Habere Bak

Yalın; arayüz, başlık, kısa metin; modern

El yazısı

Habere Bak

Kişisel, süslü; uzun metinde zor

Dekoratif

Habere Bak

Başlık ve afişte dikkat çeker; uzun metinde kullanılmaz

Sabit genişlikli

`Habere Bak`

Her harf aynı genişlikte; kod ve teknik metin

Yüksek çözünürlüklü ekranlarda serif sorunu azaldı; birçok haber sitesi dijitalde serifli metin kullanır. Karakteri hedef ortamda, özellikle telefonda deneyin.

5.3 Temel tipografi kavramları

Punto
Harf boyutu; ekranda px. Mobilde gövde metni için ~16 px

Satır aralığı (leading)
Punto büyüklüğünün yaklaşık 1,3-1,6 katı rahat okunur

Harf aralığı
Tracking ve kerning; çok sıkışık ya da açık okumayı zorlar

Satır uzunluğu
Yaklaşık 45-75 karakter rahat okunur

Hizalama
Uzun metin için sola hizalama en rahat

Kalınlık (weight)
İnce, normal, kalın; vurgu için

5.4 Tipografik hiyerarşi

Manşet	**Metin örneği**
Spot	Metin örneği
Ara başlık	**Metin örneği**
Gövde metni	Metin örneği
Fotoğraf altyazısı	Metin örneği
Kaynak, dipnot	Metin örneği

Bölümler boyut, kalınlık, renk ve konumla ayrılır; her düzey için bir stil belirlenir ve tüm içerikte aynı kullanılır.

5.5 Karakter seçimi ve eşleştirme

Kişilik

Karakter içeriğin ve yayının kişiliğini yansıtmalı; ciddi haber ile eğlenceli duyuru aynı karakteri kullanmamalı

Sayı

Bir tasarımda iki, en çok üç karakter ailesi

Kontrast

Serifli başlık ile serifsiz gövde iyi çalışır; birbirine çok benzeyen ama aynı olmayan ikili kararsız görünür

Tutarlılık

Aynı yayında hep aynı karakterler; tanınırlık

5.6 Okunurluğu bozan hatalar

Tamamen büyük harf
Uzun metin zor okunur, bağırıyor izlenimi verir

Hepsi kalın ya da italik
Uzun metinde vurgu işlevini yitirir

Süslü karakter gövdede
Dekoratif ve script karakterler gövde metni için değil

Düşük kontrast
Özellikle fotoğraf üzerine ince yazı

Kötü satır ayarı
Çok kısa ya da uzun satır, sıkışık aralık, ortalı uzun paragraf

Türkçe karakter desteği yok
ı, İ, ğ, ş, ç, ö, ü başka karakterle görünebilir; fontu Türkçe karakterlerle deneyin

Koyu zeminde beyaz yazıda harf ve satır aralığını biraz açın.

5.7 Dijital ortamda tipografi

Sistem ve web fontları

Sistem fontları her cihazda güvenli; web fontları (Google Fonts) yüklenirken iner, çeşitlilik sunar

Lisans

Her font serbest değil; ticari kullanımda lisansı kontrol edin

Dosya biçimi

TTF, OTF; web için WOFF2

Farklı ekranlarda test

Masaüstünde güzel yazı telefonda küçük, ince, sıkışık kalabilir

Görsel içindeki yazı

Ekran okuyucu okuyamaz; önemli bilgiyi metin olarak da verin

5.8 Bölüm 5 özeti

1. Tipografi yazının görsel düzenlenmesidir; yazı görsel bir ses taşır.
2. Okunurluk harflerle, okunabilirlik metnin bütünüyle ilgilidir.
3. Gruplar: serifli, serifsiz, el yazısı, dekoratif, sabit genişlikli.
4. Punto, satır aralığı, harf aralığı, satır uzunluğu, hizalama okunabilirliği belirler.
5. Hiyerarşi: manşet, spot, ara başlık, gövde, altyazı, kaynak.
6. En çok iki-üç karakter ailesi; Türkçe karakter desteği ve lisans kontrol edilmeli.

5.9 Değerlendirme soruları

Soru 1

Tipografi nedir? Okunurluk ve okunabilirliği ayırarak açıklayın.

Soru 2

Serifli ve serifsiz karakterlerin özelliklerini ve kullanım alanlarını karşılaştırın.

Soru 3

Tipografik hiyerarşi nedir? Haber içeriğinde düzeyleri örnekleyin.

Soru 4

Dijitalde karakter seçerken dikkat edilecek noktaları ve yaygın hataları anlatın.

BÖLÜM 6

Görsel Kullanımı, Bilgi Tasarımı ve Etik

Fotoğraf, infografik, veri görselleştirme, telif ve görsel etik

6.1 Görsel türleri

Fotoğraf
Gerçekliği belgeler; haberde en güçlü kanıt ve duygu aracı

İllüstrasyon
Fotoğrafın çekilemediği ya da soyut kaldığı konularda

İkon, piktogram
Kavramları sade biçimlerle anlatan simgeler

Grafik, şema, harita
Veri, süreç ya da mekân bilgisini görselleştirir

Ekran görüntüsü
Dijital içeriği belgeler; kaynak ve tarih önemli

Daha az metin, daha çok görsel: görseller ilgiyi canlı tutar, okumayı kolaylaştırır, soyut konuları anlatmaya yardım eder.

Görsel ile metin ilişkisi

Yakınlık

Görsel, anlattığı metinle aynı sayfada ve ona yakın

Çelişmemek

Metin "sakin toplantı" derken gergin yüz seçmek okuru yanıltır

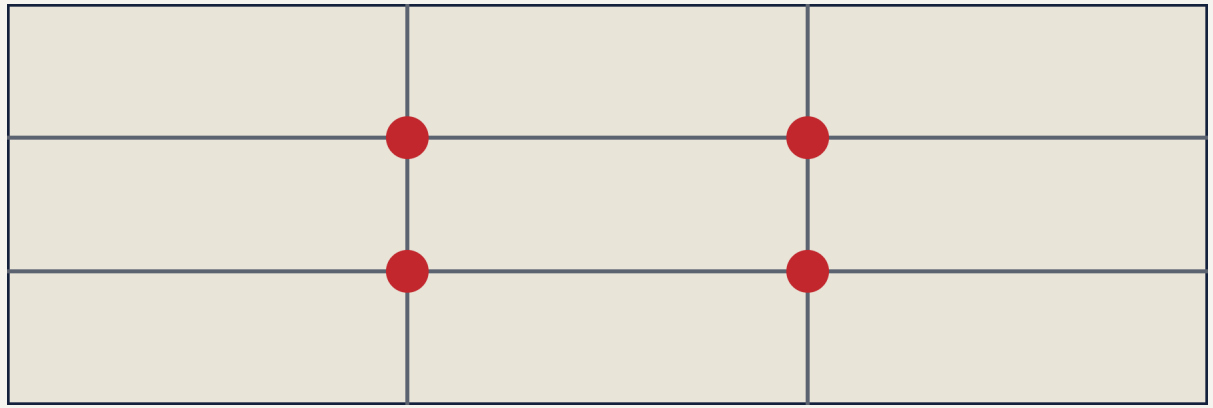
Altyazı

Görselin ne olduğunu, kimi gösterdiğini, kaynağını belirtir; okur önce başlık, görsel, altyazıya bakar

Rekabet yok

Yazıyı vurguluyorsanız görseli küçük, görseli vurguluyorsanız yazıyı sade tutun

6.2 Fotoğraf kompozisyonu



Üçler kuralı: kareyi üçe bölen çizgilerin kesişimine önemli öğeyi koyun.

Çerçeveleme, kırpma

Gereksiz alanı çıkarın; anlamı bozmayın

Işık, netlik

Bulanık ya da karanlık kare profesyonel durmaz

Arka plan, yönelim

Dikkat dağıtan öğeleri ayıklayın; mecraya göre dikey, yatay, kare

6.3 Bilgi tasarımı ve infografik

Bilgi tasarımı: karmaşık bilgiyi amaca uygun düzenleyip anlaşılır kılmak. **İnfografik**: bilgiyi metin ve görselle birlikte anlatan tasarım.

İyi infografik

Tek ana mesaj; başlık çıkarımı söyler; mantıksal akış, okuma yönüyle uyumlu; net hiyerarşi, sınırlı renk, kısa metin; kaynak ve tarih; gereksiz süs yok

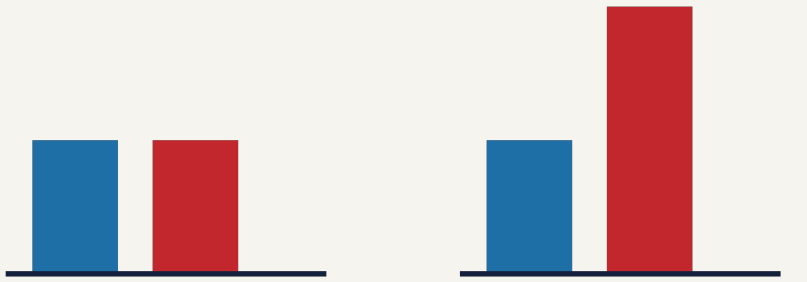
Sık hatalar

Çok metin, kopuk bölümler, ilgisiz süsleme, okunmayan küçük yazı, kaynaksız veri

6.4 Doğru grafik türü

Amaç	Uygun grafik	Not
Zaman içinde değişim	Çizgi grafik	Zaman soldan sağa akar
Karşılaştırma	Çubuk (sütun) grafik	Kategorileri kolay kıyaslar
Parça-bütün	Pasta ya da halka	Genellikle beş dilime kadar
Coğrafi dağılım	Harita	Renk skalasını açıkça belirtin
İki değişken ilişkisi	Nokta (saçılım)	Eksen açıklaması önemli

Yanıltıcı grafiklerden kaçınmak



Sıfırdan başlıyor

Eksen sıfırdan başlamıyor

Eksen

Çubuk grafikte eksenin sıfırdan başlamaması farkı büyütür

3B ve simgeler

Üç boyutlu efekt kıyası zorlaştırır; iki kat veri için iki kat yükseklik ve genişlik alanı dört kat yapar

Eksik bilgi

Başlık, birim, kaynak, tarih; anlamsız renk skalası (seçim haritası)

6.5 Görsel etik ve telif

Fotoğraf manipülasyonu

Kırpma, ton ve parlaklık dengesi kabul görür; nesne eklemek, kişi ya da öğe silmek, anlamı değiştirmek haber etiğiyle bağdaşmaz

Yapay zekâ görselleri

Gerçek olayı belgeliyormuş gibi sunulmamalı; kullanıldığı yerde etiketlenmeli

Telif hakkı

İnternetteki her görsel serbest değil; sahip, lisans, şartları kontrol edin. Güvenli: kendi fotoğrafınız, lisanslı stok, Creative Commons, basın kitleri. Belirsizlikte hukuk birimi

Kaynak, kişilik hakları, erişilebilirlik

Kaynağı ve fotoğrafçıyı belirtin; çocuk ve mağdur görselleri izin ve etik kurallarla; alt metin ekleyin

6.6 Bölüm 6 özeti

1. Görseller metni tamamlamalı, ona yakın durmalı, çelişmemeli; altyazı önemlidir.
2. Üçler kuralı, kırpma ve arka plan kontrolü temel kompozisyon araçlarıdır.
3. İnfografik: tek mesaj, net hiyerarşi, mantıksal akış, kaynak.
4. Grafik türü amaca göre seçilir; yanıltıcı grafik güveni zedeler.
5. Manipülasyon, yapay zekâ görselleri, telif ve kişilik hakları temel etik konulardır.

6.7 Değerlendirme soruları

Soru 1

Haber üretiminde görsel ile metin ilişkisi nasıl olmalı? Altyazının işlevi nedir?

Soru 2

İyi infografiğin özelliklerini ve sık hataları örneklerle anlatın.

Soru 3

Değişim, karşılaştırma ve parça-bütün için hangi grafikler uygun? Yanıltıcı grafik nasıl önlenir?

Soru 4

Haber fotoğrafında hangi müdahaleler kabul edilebilir? Telif ve yapay zekâ görsellerini tartışın.

BÖLÜM 7

Dijital Tasarımın Teknik Temelleri

Piksel, dosya biçimleri, ekran ölçüleri, erişilebilirlik ve baskıya kısa bakış

7.1 Piksel ve çözünürlük

Piksel

Dijital görseli oluşturan küçük renkli kareler

Çözünürlük

Yatay ve dikey piksel sayısı (örn. 1080 × 1350). Arttıkça ayrıntı ve yayın boyutu artar

Küçüğü büyütmek

Bulanıklaşır, bozulur: en büyük kullanıma uygun boyutta başlayın

PPI / DPI

Birim alandaki yoğunluk; esas olarak baskıda önemli. Baskıda 300 dpi yeterli

Ekranda

Belirleyici olan toplam piksel sayısı. Yüksek yoğunluklu (retina) ekranlar için görseli gösterileceği boyutun yaklaşık iki katı pikselde hazırlayın

7.2 Raster ve vektör

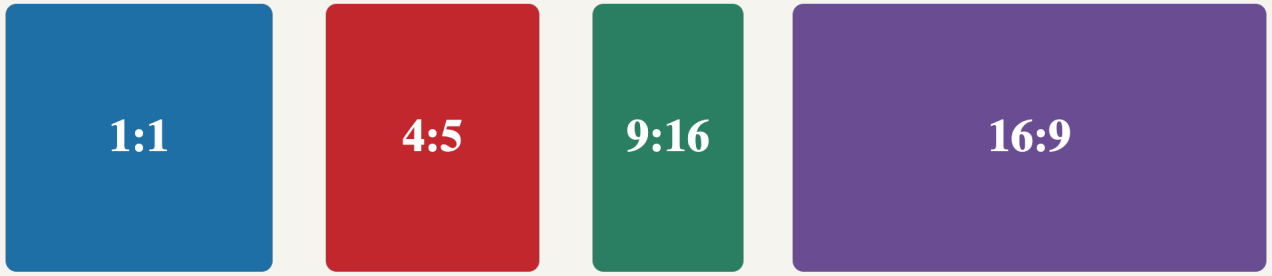
Özellik	Raster	Vektör
Yapı	Piksellerden oluşur	Matematiksel çizgi ve şekiller
En uygun	Fotoğraf, ekran görüntüsü	Logo, ikon, basit çizim, infografik öğesi
Büyütünce	Bulanıklaşır, bozulur	Kalite bozulmaz
Dosya türleri	JPEG, PNG, GIF, WebP	SVG, AI, EPS, PDF
Örnek program	Photoshop	Illustrator

Logonuzu mümkünse vektör saklayın: küçük simgede de büyük afişte de aynı keskinlik.

7.3 Dosya biçimleri

Biçim	En uygun kullanım	Not
JPEG	Fotoğraf	Kayıplı, küçük dosya; şeffaflık yok
PNG	Şeffaf logo, ekran görüntüsü, keskin grafik	Kayıpsız; fotoğrafta büyük olabilir
GIF	Kısa, basit animasyon	En fazla 256 renk
WebP	Web için hafif görsel	Eski programlarda açılmayabilir
SVG	Web için logo, ikon, çizim	Vektör; kalite bozulmaz
PDF	Baskı, belge, rapor	Yazı ve düzeni korur
MP4	Video	Çoğu platformda standart

7.4 Ekran boyutları ve oranlar



Platform ölçüsü

Sık değişir; yayından önce güncel yardım sayfasını kontrol edin

Güvenli alan

Kenarlar kırpılabilir ya da arayüzle örtülür; yazı ve yüzleri kenardan uzak tutun

Önce mobil

Kol boyu uzaklıkta telefonda deneyin; duyarlı tasarım; dokunma alanı yeterince büyük

7.5 Dijital erişilebilirlik

Alt metin
Görsele kısa açıklama; ekran okuyucu için, görsel yüklenmezse de görünür

Kontrast
Normal metin için en az 4,5:1

Gömülü yazıdan kaçının
Görseldeki yazıyı ekran okuyucu okumaz; bilgiyi metin olarak da verin

Renk dışında ipucu
Bilgiyi yalnızca renkle vermeyin

Video
Altyazı ve transkript

Bağlantı metni
"Buraya tıklayın" yerine hedefi anlatan metin

7.6 Baskı tasarımına kısa bakış

CMYK, 300 dpi
Ekranda canlı renk baskıda soluk çıkabilir; çözünürlük en az 300 dpi

Taşma payı (bleed)
Kenara uzanan görsel kesimde beyaz kalmasın diye her kenarda birkaç mm taşırılır; genellikle 3 mm, kesin ölçü matbaadan

Güvenli alan
Önemli yazı ve logo kesim kenarından uzak

Ölçü, kâğıt
A4 210 × 297 mm; kâğıt türü ve gramaj renkleri etkiler

Baskıya hazır PDF
Yazı tipleri gömülü ya da eğriye çevrilmiş

Matbaayla önce konuşun
Sonradan çıkacak sorunları önler

7.7 Sık kullanılan araçlar

Canva, Adobe Express

Hızlı, şablon tabanlı; sosyal medya, afiş, sunum; gazeteci için en uygun başlangıç

Figma

Arayüz ve işbirlikli tasarım

Photoshop, Illustrator, InDesign

Raster düzenleme; vektör çizim; çok sayfalı yayın

GIMP, Inkscape

Ücretsiz raster ve vektör

Araçların özellikleri ve fiyatları sık değişir; önemli olan ilkeleri bilmektir.

7.8 Bölüm 7 özeti

1. Dijital görseller piksellerden oluşur; çözünürlük ve dosya boyutu kaliteyi ve hızı belirler.
2. Raster fotoğraf, vektör logo ve ikon için uygundur.
3. Biçim amaca göre: JPEG fotoğraf, PNG şeffaf grafik, SVG vektör, PDF belge.
4. Platform ölçüleri sık değişir; güvenli alan ve mobil okunurluk gözetilmeli.
5. Erişilebilirlik: alt metin, kontrast, altyazı, renk dışında ipucu.
6. Baskıda CMYK, 300 dpi, taşma payı, matbaayla önceden görüşme.

7.9 Değerlendirme soruları

Soru 1

Piksel ve çözünürlüğü açıklayın. Küçük görseli büyütmek neden sorun?

Soru 2

Raster ve vektörü karşılaştırın; logo, fotoğraf, ikon için hangisi?

Soru 3

JPEG, PNG, GIF, SVG ve PDF'nin kullanım alanlarını anlatın.

Soru 4

Dijital içerikte erişilebilirlik için alınabilecek önlemleri sıralayın.

BÖLÜM 8

Görsel Kimlik ve Dijital İçerik Tasarımı

Logo, marka tutarlılığı, sosyal medya, haber görseli ve iş akışı

8.1 Görsel kimlik nedir?

Görsel kimlik, bir kurumun, yayının ya da markanın kişiliğini ve tavrını yansıtan görsel yapıdır. Amaç: akılda kalıcı, kolay tanınan, ayrışan bir "ses".

Bileşenler

Logo, renk paleti, yazı karakterleri, fotoğraf ve illüstrasyon tarzı, ikonlar, yerleşim düzeni

Tutarlılık

En önemli özellik; kimlik kılavuzu (brand guide) ile korunur

Kılavuz

Logo kullanımı, renk kodları, karakterler, yasak kullanımlar; içerik hazırlarken önce isteyin

8.2 Logo

Gazete

Sözcük logo



Simge (amblem)



Gazete

Birleşik logo

İyi logo

Sade, akılda kalıcı, küçükte okunur, büyükte dağılmaz; her zeminde çalışır (açık, koyu, tek renk sürümler); uzun ömürlü

Sık hatalar

Uzatmak, sıkıştırmak, eğmek; rengini değiştirmek; zeminle karışan yere koymak; çok küçük kullanmak; kenara çok yaklaştırmak

Logoyu mümkünse SVG ya da şeffaf zeminli PNG kullanın.

8.3 Sosyal medya gönderisi

Tek mesaj, tek odak

Bir görselde tek ana fikir

Kısa metin, büyük yazı

Telefonda okunur; uzun açıklama gönderi metnine

Net hiyerarşi

Başlık, görsel, logo ilk bakışta ayrılır

Tutarlı şablon

Aynı renk, karakter, yerleşim; hesap tanınır

Kontrast, güvenli alan

Fotoğraf üstü yazıda fotoğrafı koyulaştırın ya da düz alan ekleyin; platformun güncel ölçüsü

Erişilebilirlik, kaydırmalı

Alt metin; önemli bilgiyi gönderi metninde de verin. İlk sayfa dikkat çekici, son sayfa çağrı ya da özet

8.4 Haber görselleri ve küçük resimler

Haber kartı
Başlık, görsel, logo, tarih; hiyerarşisi ve şablonu önceden hazır

Alıntı kartı
Söz ve söyleyen net, yazı okunaklı

Son dakika şablonu
Abartısız kullanın; her haberde etkisini yitirir

Küçük resim (thumbnail)
Net odak, az kelime, yüksek kontrast; küçükte okunmalı

İnfografik, veri kartı
6. bölümdeki ilkelerle

Etik sınır: görsel içeriğin vaat ettiğinden fazlasını vaat etmemeli. Yalnızca tıklama için hazırlanan uyumsuz başlık ve görsel, uzun vadede güvenilirliği zedeler.

8.5 E-bülten, sunum ve belgeler

E-bülten

Telefondan okunur: tek sütun, dar düzen; net başlık, belirgin bağlantı, hafif görsel; önemli bilgiyi görsele gömmeyin

Sunum slaytı

Bir slayt bir fikir: az metin, büyük yazı, yüksek kontrast, tutarlı şablon; tüm konuşmayı yazmayın

Rapor, PDF

Başlık hiyerarşisi, yeterli boşluk, okunur punto; uzun belgede içindekiler ve sayfa numarası

8.6 Dijital içerik tasarımı iş akışı

Brif
Amaç, kitle, mesaj, mecra, ölçü

→

Referans, fikir
İyi örnekler, kimlik kılavuzu, şablonlar

→

Taslak
Kâğıtta ya da basit araçla yerleşim

Tasarım
Hiyerarşi, renk, yazı, görsel

→

Kontrol
Kontrol listesi

→

Dışa aktarma, yayın
Doğru biçim ve boyut; alt metin

Son adım: etkileşim verilerine bakıp neyin işe yaradığını öğrenin (ölçme).

Yayın öncesi kontrol listesi

- ✓ Tek ana mesaj var mı?
- ✓ Hiyerarşi net mi? (Gözünüzü kısın.)
- ✓ Yazı telefonda okunuyor mu? Kontrast yeterli mi?
- ✓ Renk sayısı sınırlı ve kimliğe uygun mu?
- ✓ Türkçe karakterler ve yazım doğru mu?
- ✓ Görselin telif durumu ve kaynağı belli mi?
- ✓ Grafik ve veri doğru mu; kaynak ve tarih var mı?
- ✓ Doğru boyut, biçim; güvenli alan korundu mu?
- ✓ Alt metin ve gerekirse altyazı eklendi mi?

8.7 Tasarımcıyla birlikte çalışmak

Net brif

Amaç, kitle, mecra, ölçü, son tarih, ana mesaj; yazılı

İçeriği hazır verin

Metin, fotoğraf, logo baştan eksiksiz

Geri bildirimi amaca bağlayın

"Beğenmedim" yerine "Başlık ilk bakışta okunmuyor, kitle telefonda görecek"

Ortak dil

Hiyerarşi, kontrast, boşluk, grid, tipografi

Kaynak dosyalar

Düzenlenebilir dosyaları ve logoları saklayın

8.8 Bölüm 8 özeti

1. Görsel kimlik logo, renk, karakter, görsel dil ve yerleşimin tutarlı bütünüdür; kılavuzla korunur.
2. İyi logo sade, akılda kalıcı, küçükte okunur, her zeminde çalışır; deforme edilmemeli.
3. Sosyal medya: tek mesaj, kısa metin, net hiyerarşi, tutarlı şablon, erişilebilirlik.
4. Haber kartı ve küçük resimde okunurluk ve güvenilirlik, tıklama vaadinden önce gelir.
5. Süreç: brif, taslak, tasarım, kontrol, yayın, ölçme.
6. İyi brif ve ortak dil, tasarımcıyla verimli çalışmanın anahtarıdır.

8.9 Değerlendirme soruları

Soru 1

Görsel kimliğin bileşenlerini sayın. Tutarlılık neden önemli?

Soru 2

İyi logonun özelliklerini ve sık hataları açıklayın.

Soru 3

Haber kuruluşunun gönderi şablonunda hangi ilkelere dikkat edilir?

Soru 4

Küçük resim ve haber kartında okunurluk ile güvenilirlik ilişkisini tartışın; yanıltıcı görselin riskleri?

Soru 5

Tasarımcıdan görsel isterken brifte hangi bilgiler verilmeli? Geri bildirim nasıl verilmeli?

Yararlanılan ve önerilen kaynaklar

- Becer, E. (2002). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara.
- Uçar (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul.
- Aslan Odabaşı (1996). Grafik'te Temel Tasarım. İstanbul.
- Tepecik (2002). Grafik Tasarım.
- Salisbury (1996). Grafik tasarım sürecine ilişkin bölümler.
- W3C. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG); güncel sürüm kontrol edilmelidir.