

DERGİ KAPAK TASARIMLARININ SOSYOLOJİK BAĞLAMDA DEĞERLENDİRİLMESİ VE TECİMSEL YÖNÜ

Dr. Orhan SEVİNDİK[□]

Özet

Dergiler, insanları bilgilendirmek ve kamuyu oluşturmak üzere belirli sürelerle okuyucuya ulaşan bir iletişim aracıdır. 17. yüzyılda yayımlanan ilk dergilerin hedefi sadece bilgi vermek olmuştur. Ancak zamanla bilgi verme amacı değişerek dikkat çekmek ve akılda kalıcı olma önemli hale gelmiştir. Ayrıca dergiler, pek çok ticari işletme için müşterilerine ulaşma ve onlarla iletişim kurma kanalı da olmuştur. Bu bağlamda dikkat çekiciliği arttırmak adına verilerin görsel düzenlemesinin yapılmasının gerekliliği, dergilerde grafik tasarımın kullanılmasını önemli hale getirmiştir. Artık tasarımı olmayan bir derginin varlığı söz konusu bile değildir. Bütün bunların yanında dergilerdeki tasarım kullanımı artık ticari bir amaca hizmet eder hale gelmiştir. Tasarımın salt sanat anlayışı kaybolarak toplulukları etkileme fonksiyonu daha belirgin hale gelmiştir. Dergi kapak sayfa tasarımlarında kullanılan çeşitli öğelerin (görsel, renk, tipografi) okuyucular üzerindeki etkisinin ne olduğu çalışmanın ana problemini oluşturur. Çalışma kapsamında, yazar tarafından bir anket uygulaması geliştirilmiştir. Tasarlanan anket 613 kişiye yapılmıştır. Elde edilen veriler ile dergilerin kapak sayfa tasarımında kullanılan öğelerin (görsel, renk ve tipografi), dikkat çekiciliği, çeşitli değişkenler (yaş, cinsiyet ve gelir düzeyi) üzerinden değerlendirilmiştir. Değerlendirme sırasında istatistik paket programı kullanarak çapraz tablolar oluşturulmuştur. Oluşturulan tablolar frekans ve yüzdelik oranlarına göre yorumlanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, okuyucular daha çok görsellere dikkat ederken, en az dikkat çeken öğe renk olmuştur. Ayrıca yaşın artmasına bağlı olarak kullanılan öğelerin dikkat çekici olma durumu azalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dergi, Grafik Tasarım, Dergi Kapak Tasarımı, Renk, Görsel, Tipografi

EVALUATION OF SOCIOLOGICAL CONTEXT MAGAZINE COVERS DESIGNS AND COMMERCIAL DIRECTION

Abstract

Magazines are a tool of communication meeting readers in determined periods in order to inform public and to mold public opinion. The objective of the first magazines published in 17. century was merely to inform public. However, the objective of informing public has changed in time and being memorable became more significant. In addition, the magazines have become channels for reaching and communicating with customers for many commercial businesses. In this context, to increase the noteworthiness, the requirement of the visual data arrangement made it significant to use the graphic designs in magazines. Hence, the existence of a magazine without visual design is no longer considered as a matter of question. Besides these, the use of design in the magazines has become a commercial purpose. The function of affecting communities has become more pronounced by the disappearance of the mere concept of art in design. Magazine cover is the main problem of studying the effect of various items (visually, color, typography) used in page designs on readers. Within the scope of the study, a questionnaire was developed by the author. The survey was made to 613 people. The assessment of the data acquired and the elements used in the design

[□] İstanbul Arel Üniversitesi, orhansevindik@gmail.com

of the magazine covers (visually, color, and typography); has been made over the noteworthiness, different variables (age, gender, and level of income). During the assessment process, crosstabs have been used via statistical packaged program. The created crosstabs have been explicated with frequency and percentage rates. According to the data acquired, while readers mostly pay attention to the visuals, the least attention-grabbing element has been color. Besides, elements used have become a lower attention-grabbing factor due to the increase in age.

Keywords: Magazine, Graphic Design, Magazine Cover Design, Color, Visuality, Typography

1. Giriş

Topluluklara bilginin kolay ulaşmasını sağlamak adına zaman içerisinde pek çok yol ve araç geliştirilmiştir. Özellikle, matbaanın daha endüstriyel hale kovuşturulması sonucunda büyük kitlelere basılı unsurların ulaştırılmasının kolaylaşması, çeşitliliği arttıran en önemli etkenlerden birisini oluşturur. Kitlelere ulaşmaya çalışma sürecinde kullanılan önemli araçlardan biri de dergilerdir. Dergilerin ortaya çıkış süreci, sosyal çalışmaların varlığını göstermeye başlamasıyla eş güdümlüdür (http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/151/simsek.htm). İlk çıkarılan dergilerin daha çok gerçekleştirilen bilimsel etkinlikleri duyurmak ve kişileri çeşitli konularda bilgilendirmek üzere çıkarıldığı görülmektedir. Amaç gerçekleştirilen bilimsel çalışmaları aktarmak ve toplumu bilinçlendirerek kamuyu oluşturmaktır. Süreç içerisinde derginin amaçları arasına toplulukları (kadınları, çocukları vb.) eğitmek fonksiyonu da eklenmiştir. Dolayısıyla derginin çıkış noktasını, aslında toplumları, değişen toplumsal dinamiklere göre şekillendirme misyonuna sahip bir özellikte olduğunu söylemek mümkündür.

Dergi kavramına, terim olarak bakıldığında, pek çok kaynakta, ‘belirli sürelerle (haftalık, aylık vb.) belirli konulardaki (edebi, araştırma, inceleme, makale vb.) derlemeleri ve incelemeleri içeren yayın’ olarak tanımlanmaktadır (<https://global.britannica.com>; <http://www.tdk.gov.tr>).Eski dilde derlemek ve toplamak anlamında kullanılan ‘mecmua’ kelimesi, günümüzde yerini ‘dergi’ kelimesine bırakmıştır. ‘Dergi’ kelimesinin batılı dillerdeki karşılığı ise ‘magazine’dir. ‘Magazine’ kelimesi ise Arapça kökenli olup, ‘içinde eşyaların depolandığı yer, satış yapılan dükkan’ anlamlarındadır (Kocabaşoğlu, 1984, s.3; Suiçmez, 2009, s.5).

Tarihsel bağlamda derginin sahneye çıkışı ise 17. yüzyıl içerisinde olmuştur. Çeşitli kaynaklara göre ilk dergi, Hamburg’da yayımlanan ‘Erbauliche Monaths-Unterredungen’ dergisidir (Bacaksız, 2010, s.71; <https://global.britannica.com>; Pektaş, 2009, s.3; Suiçmez, 2009, s.6). Dergi 1663-1668 yılları arasında bilimsel verileri derleyen bir içerikte yayımlanmıştır (Özpolat, 2013, s.20; Pektaş, 2009, s.3). İlk derginin yayımlanmasından bir kaç yıl sonra pek çok Avrupa ülkesinde de benzer özellikte dergiler yayın hayatına başlamıştır (Pektaş, 2009, s.3). Bilimsel veriler içermeyen, eğlendirmeye yönelik, meraklılarına çeşitli bilgiler veren ‘hafif’ olarak tabir edilen ilk dergi ise ‘Mercure Galant’ adıyla 1672 yılında yayımlanmıştır (Bıçakçı, 2013, s.3; <https://global.britannica.com>; Özpolat, 2013, s.20). İlk ‘Magazine’ kelimesini kullanan dergi ise 1781 yılında ABD’ yayımlanan ‘The Gentlemen’s Magazine’ dergisi olmuştur (<https://global.britannica.com>; Pektaş, 2009, s.4). Türkiye’deki yayımlanan dergi konusunda araştırmacılar arasında görüş ayrılığı vardır (Bacaksız, 2010, s.74; Tonta ve Al, 2007, s.2). Bazı araştırmacılara göre yayımlanan ilk dergi 1849 yılında tıp alanında bilgiler veren ‘Vakay-i Tıbbiye’ dergisidir (Bıçakçı, 2013, s.8; Suiçmez, 2009, s.8; Varlık, 1985, s.112). Diğer araştırmacılar ise Türkiye’de yayımlanan ilk dergiyi 1862 yılında yayımlanan ‘Mecmua-ı Fünun’ olarak kabul ederler (Akünal, 1982, s.117; Bıçakçı, 2013, s.8; http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/151/simsek.htm). Dergi içerik

olarak pozitif bilimlerin Avrupa ülkelerindeki gelişimini topluma aktarmaktadır (Akunal, 1981, s.117-118; Yapar, 2001., s.29). Süreç içerisinde Türkiye’de yayımlanan dergiler, hedef kitleye (kadınlar, çocuklar, erkekler vb.) göre çeşitlenerek çoğalmıştır (Suiçmez, 2009, s.8-9; Tonta ve Al, 2007, s.2-3). Günümüzde ise, Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre, 2015 yılı itibariyle, Türkiye’de çeşitli konularda, tüm düzeylerde (Yerel, Bölgesel ve Ulusal) yayımlanan dergi sayısı 4.071’dir (<http://www.tuik.gov.tr>).

Okuma yazma bilenlerin sayısına bağlı olarak okuyucu kitlesinin artması, kentleşme ve Sanayi Devrimi gibi etkenlere bağlı olarak dergilerin sayısında hızlı bir yükseliş yaşanmasına yol açmıştır. Dergi çeşitliliğinin ve sayısının artmasının bir sonucu olarak dergiler arasındaki rekabet daha görünür hale gelmiştir (Şenocak, 2014, s.57; Zedeli, 2014, s.4). Bunun yanında basım teknolojindeki yenilikler ve resmin baskı içerisinde çok daha rahat kullanılabilen teknolojinin geliştirilmesi, dergilerin rekabet edebilir olması noktasında tasarımı ön plana çıkararak, tasarımın önemli bir araç olmasına yol açmıştır (Tuncay, 1998, s.14; Uçar, 2004, s.100-101). Verinin salt bir metin yığını olarak okuyuculara ulaştırılması, endüstri devrimi sonrasında kullanışsız bir uygulama haline gelmiştir. Zira büyük kentlerde kitleselleşen topluluklara ulaşmak ve çeşitlenen dergi yelpazesinde dikkate çekebilmek adına tasarım olugusunu ön plana çıkarmıştır. Kitleselleşen topluluklara, artık bilgiyi aktarabilmenin yanında, dikkat çekici olmak da önemli hale gelmiştir.

Dergi tasarımındaki en önemli gelişme Arts&Crafts hareketiyle olmuştur (Bektaş, 1992, s.145-146; Şenocak, 2014, s.17-18). Sadece bilgi vermek önemli olmadığı, bilginin belirli bir şekile sokularak iletilmesi gerçeği, sayfa tasarımlarında 20. yüzyılın başlarında hayat bulan modern sanat akımlarının etkisiyle önemli bir çığır açmıştır. Sayfa tasarımı (Layout Design) yeniden tanımlanmıştır (<http://guity-novin.blogspot.com.tr/2012/04/modern-newspaper-magazine-layouts.html>; <http://guity-novin.blogspot.ca>; Zedeli, 2014, s.4). Dergi tasarımıyla ilgili en önemli etki ‘Biçim İşlevi İzler / Form Follows Function’ mottosuyla hayat bulan Bauhaus Okulu ile olmuştur. Sayfa tasarımlarında grid yönteminin kullanılması, sayılar arasında bütünlük oluşturmak adına şablonların kullanılması, o günün şartlarında dergi tasarımında önemli bir dönüm noktasını oluşturur (Bektaş, 1992, s.144; Zedeli, 2014, s.13). Sayfa tasarımında yüzey küçük karelere bölünerek, görsel unsurların simetrik bir yaklaşımla konuşlandırılması, ve yalınlığın ön plana çıkması, sayfa tasarımlarında Bauhaus ekolünün getirmiş olduğu en önemli bakış açıdır (Becer, 2009, s.63; Pektaş, 2009, s.14).

Günümüzde dergilerin satın alınmasındaki en önemli özellik haline gelen tasarım faktörü, sayfa tasarımlarında ağırlıklı olarak ‘Izgara/Grid’ mantığını kullanmaya devam etmektedir. Böylece dergi içindeki verilerin belirli bir şablon ile okuyucuya sunulması, okuyucunun dergiyi tercih etmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Tasarım unsuru, serbest piyasanın getirdiği rekabet koşullarında derginin satın alınması için bir araç haline getirilmiştir. Tasarımın bir dergi düşünülmesi olmuştur. Bütün bunların yanında, ayrıca, dergiler, birer reklam mecralarına dönüşmüştür. Ürün ya da hizmet sunan pek çok firma dergi sayfalarını ürünleriyle doldurmaya başlamıştır. Böylece tüketici ile doğrudan ve zaman sınırı olmaksızın iletişim kurma imkanına kavuşan firmalar, kendilerini tüketicilere daha doğru tanıta bilme olanağına kavuşmuşlardır (Bilgiç, 2011, s.32; Çekiç, 2011, s.42).

Gerçekleştirilen çalışmada, okuyucuların, özellikle demografik özellikleri ile dergilerin kapak tasarımında kullanılan öğelerin (renk, görsel, tipografi) dikkat çekmedeki etkisi hakkında görüşlerinin ne olduğu ana problemi oluşturur.

Araştırma, belirtilen ana problem ekseninde okuyucuların, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir durumları ile dergilerin kapak tasarımında kullanılan renk, görsel ve tipografik unsurlara dikkat etme durumlarını ortaya koymayı amaçlar.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma modeli, nitel araştırma yöntemi olan betimsel analiz yöntemini kullanmıştır. Betimsel analiz herhangi bir konuyla ilgili belirlenen problem etrafında mevcut durumu belirlemek amacıyla kullanılan nitel bir yöntemdir. Betimsel analizlerin gerçekleştirilebilmesi için çeşitli yöntemler (gözlem, anket vb.) kullanılarak verilerin toplanması gerekir. Betimsel analiz yöntemleri içinde en sık kullanılan yöntemlerden birisi anket uygulamalarıdır. Anket formları geniş bir kitleye kısa sürede uygulanarak veri toplaması dolayısıyla sık tercih edilen bir yöntem olmuştur (Creswell, 2012, s.13; Merriam, 2009, s.2; Yıldırım ve Şimşek, 2006, s.91). Bu bağlamda, araştırmanın problemine çözüm bulmak üzere çalışmada kullanılmak üzere anket formu geliştirilmiştir. Anket, 10 sorudan oluşmaktadır. Anket formunda yer alan 4 soru katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili sorulardan oluşurken, 6 soru dergilerin kapak sayfa tasarımlarında dikkat çeken renk, görsel ve tipografi üzerine 5’li likert tipi sorulardan oluşmaktadır. Likert tipi sorularda ‘1, Kesinlikle Katılmıyorum’, ‘2, Katılmıyorum’, ‘3, Kararsızım’, ‘4, Katılıyorum’, ve ‘5, Kesinlikle Katılıyorum’ anlamına gelmektedir. Oluşturulan anket formunun geçerlilik değerlendirmesi grafik tasarım alanındaki akademik faaliyetler yürüten akademisyenlerden¹ görüş alınmak suretiyle sağlanmıştır. Akademisyenlerin geri dönüşlerine göre güncelenen anket formunun güvenilirlik değerlendirmesi ise SPSS paket programı kullanılarak Cronbach’s Alpha ölçümüyle gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında SPSS paket programı kullanılarak, anket verileri çapraz tablolar oluşturularak, katılımcıların dergilerin kapak tasarımında kullanılan çeşitli öğelerin (renk, görsel, tipografi) dikkatlerini çekme durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırma kapsamında kullanılan anket formu internet aracılığı e-posta ve sosyal paylaşım siteleri üzerinden uygulanmıştır. Bu bağlamda Türkiye genelinde internet ve sosyal medya hesaplarını kullanan kişiler araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Örneklem ise rast gele seçilen kişilerden oluşmaktadır.

3. Araştırma Sonucunda Elde Edilen Bulgular

Hazırlanan anket, evren içerisinden rastgele seçilen 800 kişiye, e-posta ve sosyal paylaşım siteleri aracılığı ile gönderilmiştir. Ankete geri dönüş oranı %79 ve katılımcı sayısı ise 632 kişi olmuştur. Ancak, yapılan inceleme ve değerlendirme sonucunda, 19 anketin kullanılmayacağı tespit edilerek iptal edilmiştir. Verilerin çözümlenmesi 613 anket üzerinden yürütülmüştür.

3.1. Güvenilirlik Bulguları

Anket çalışmasının güvenilirlik ölçümü Cronbach’s Alpha ölçeği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Cronbach’s Alpha ölçeği, anketin güvenilirliğini belirlemede en sık kullanılan değerlendirme olup dört kategoriye ayrılmaktadır (Kalaycı, 2008, s.55; Ntoumanis, 2011, s.146; Yaşar, 2014, s.63). Tablo 1’de gerçekleştirilen anketin güvenilirlik değeri yer almaktadır.

¹Görüş alınan akademisyenler; Öğr. Gör. Dr. Taragay AYÇE, Öğr. Gör. Elif SABANCI POLAT, Öğr. Gör. Zeynep SAKINÇ, Öğr. Gör. Akif Kemal KARATEPE

Örneklem	Geri Dönüş	Cronbach's Alpha
800	613	,678

Tablo 1: Güvenilirlik Sonucu

Yukarıdaki yer alan Tablo 1'e göre, anket sorularının güvenilirlik değeri 0,678 düzeyinde çıkmıştır. Cronbach's Alpha güvenilirlik kriterlerine göre, anket uygulaması kabul edilebilir bir güvenilirlik değerine sahiptir. Anket formunun ölçmeyi hedeflediği noktayı orta düzey bir başarıyla yerine getirdiğini söylemek mümkündür.

3.2. Anket Bulguları

Anket katılımcılarının, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve gelir düzeyi verileri aşağıda yer alan Tablo 2'de gösterilmiştir.

Yaş Aralığı			Gelir Düzeyi		
	N	%		N	%
15 – 20 Yaş	190	31,0	1.000 – 2.000 TL	410	66,9
21 – 30 Yaş	234	38,2	2.001 – 3.000 TL	124	20,2
31 – 40 Yaş	94	15,3	3.001 – 4.000 TL	42	6,9
40 Yaş üstü	95	15,5	4.000 TL üstü	37	6,0
Toplam	613	100	Toplam	613	100
Eğitim Durumu			Cinsiyet		
	N	%		N	%
İlköğretim	18	2,9	Kadın	326	53,2
Ortaöğretim	214	34,9	Erkek	287	46,8
Önlisans	125	20,4	Toplam	613	100,0
Lisans	223	36,4			
Yüksek Lisans	33	5,4			
Toplam	613	100			

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 2'de yer alan katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, ankete cevap veren kadınlarının oranının %53,2, erkeklerin ise 46,8 olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş ağırlığının %69,2 ile 15-30 yaş aralığında yoğunlaştığı ortaya çıkmıştır. Anket katılımcılarının eğitim düzeyi incelendiğinde katılımcıların, %34,9'u ortaöğretim (lise) mezunu iken, %36,4'ü lisans, %20,4'ü ise önlisans mezunudur. Katılımcıların gelir dağılımında yoğunluğun 1.000 – 2.000 TL arası gelir düzeyinde yoğunlaştığı (%66,9) görülmektedir. Bu durumun katılımcıların büyük çoğunluğunun öğrenci olması ile bağlantılı bir sonuç olduğu düşünülmektedir. İkinci sırada ise %20,2oranıyla 2.001-3000 TL aralığı yer almıştır. En düşük gelir grubu ise %6,0 oranıyla4.000 TL üstü gelir aralığı olmuştur.

Araştırma kapsamında katılımcılara dergi kapak sayfa tasarımlarının o dergiyi satın almaları üzerinde etki etme durumu sorulmuştur. Soruya verilen cevaplar Tablo 3'de yer almaktadır.

Cinsiyet	Yaş	1		2		3		4		5		T	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	15 – 20 Yaş	2	2,1	6	6,3	10	10,5	40	42,1	37	38,9	95	100
	21 – 30 Yaş	6	4,8	11	8,7	14	11,1	59	46,8	36	28,6	126	100
	31 – 40 Yaş	4	8,5	5	10,6	5	10,6	19	40,4	14	29,8	47	100
	40 Yaş üstü	3	5,2	7	12,1	10	17,2	23	39,7	15	25,9	58	100

	Toplam	15	4,6	29	8,9	39	12,0	141	43,3	102	31,3	326	100
Erkek	15 – 20 Yaş	3	3,2	4	4,2	8	8,4	40	42,1	40	42,1	95	100
	21 – 30 Yaş	6	5,6	11	10,2	19	17,6	45	41,7	27	25,0	108	100
	31 – 40 Yaş	1	2,1	9	19,1	2	4,3	22	46,8	13	27,7	47	100
	40 Yaş üstü	0	0,0	5	13,5	2	5,4	23	62,2	7	18,9	37	100
	Toplam	10	3,5	29	10,1	31	10,8	130	45,3	87	30,3	287	100
Toplam	15 – 20 Yaş	5	2,6	10	5,3	18	9,5	80	42,1	77	40,5	190	100
	21 – 30 Yaş	12	5,1	22	9,4	33	14,1	104	44,4	63	26,9	234	100
	31 – 40 Yaş	5	5,3	14	14,9	7	7,4	41	43,6	27	28,7	94	100
	40 Yaş üstü	3	3,2	12	12,6	12	12,6	46	48,4	22	23,2	95	100
	Toplam	25	4,1	58	9,5	70	11,4	271	44,2	189	30,8	613	100

Tablo 3: Kapak Sayfa Tasarımının Cinsiyet ve Yaşa Göre Satın Alma Üzerindeki Etkisi

1: Kesinlikle Katılmıyorum/2: Katılıyorum / 3: Kararsızım/4: Katılıyorum / 5: Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3 incelendiğinde, kadınların toplamda %43,3’i dergilerin kapak sayfa tasarımlarının, dergiyi satın almasında etkili olduğunu söylemişlerdir. Kadınlarda kapak sayfa tasarımının satın almada kesinlikle etkili olduğunu söyleyenlerin oranı ise %31,3 olmuştur. Kadınların soruya verdikleri cevapların yaş aralıklarına göre dağılımına bakıldığında, kadınlarda yaş arttıkça derginin kapak tasarımının satın alma üzerindeki etkisi genç yaşta kadınlar göre belirli bir oranda azaldığı görülmektedir. Erkek katılımcıların soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, kadınlara benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Genç yaşta erkekler dergi kapak sayfasından daha çok etkilenirken, yaş ilerledikçe kapak sayfa tasarımının satın alma davranışı üzerindeki etkisi azalmaktadır. Katılımcıların cinsiyet ayırmaksızın soruya verdikleri cevap genel olarak değerlendirildiğinde, kadınlarda ve erkeklerde görülen sonuçların benzeri ortaya çıkmıştır. Dergilerin kapak sayfa tasarımlarının etkisi yaş faktörü dikkate alındığında yaşın artmasına bağlı olarak düşmektedir.

Katılımcılara, kapak sayfa tasarımında rengin ne kadar dikkatlerini çektiğine ilişkin 5’li likert tipi soru sorulmuştur. Soruya verilen cevaplar Tablo 4’e yer almaktadır.

Cinsiyet		1		2		3		4		5		T	
	Yaş	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	15 – 20 Yaş	2	2,1	16	16,8	22	23,2	36	37,9	19	20,0	95	100
	21 – 30 Yaş	3	2,4	26	20,6	34	27,0	51	40,5	12	9,5	126	100
	31 – 40 Yaş	3	6,4	7	14,9	10	21,3	21	44,7	6	12,8	47	100
	40 Yaş üstü	1	1,7	22	37,9	6	10,3	26	44,8	3	5,2	58	100
	Toplam	9	2,8	71	21,8	72	22,1	134	41,1	40	12,3	326	100
Erkek	15 – 20 Yaş	5	5,3	16	16,8	34	35,8	30	31,6	10	10,5	95	100
	21 – 30 Yaş	7	6,5	31	28,7	24	22,2	35	32,4	11	10,2	108	100
	31 – 40 Yaş	3	6,4	16	34,0	14	29,8	11	23,4	3	6,4	47	100
	40 Yaş üstü	3	8,1	15	40,5	5	13,5	12	32,4	2	5,4	37	100
	Toplam	18	6,3	78	27,2	77	26,8	88	30,7	26	9,1	287	100
Toplam	15 – 20 Yaş	7	3,7	32	16,8	56	29,5	66	34,7	29	15,3	190	100
	21 – 30 Yaş	10	4,3	57	24,4	58	24,8	86	36,8	23	9,8	234	100
	31 – 40 Yaş	6	6,4	23	24,5	24	25,5	32	34,0	9	9,6	94	100
	40 Yaş üstü	4	4,2	37	38,9	11	11,6	38	40,0	5	5,3	95	100
	Toplam	27	4,4	149	24,3	149	24,3	222	36,2	66	10,8	613	100

Tablo 4: Kapak Sayfasında Kullanılan Rengin Cinsiyet ve Yaşa Göre Dikkat Çekici Olma Durumu

1: Kesinlikle Katılmıyorum/2: Katılmıyorum / 3: Kararsızım/4: Katılıyorum / 5: Kesinlikle Katılıyorum

Kapak sayfa tasarımında renk kullanımı ile ilgili verilere bakıldığında, kadınların genel olarak kapak sayfa tasarımında kullanılan renklerin dikkatlerini çektiğini (%41,1) söylemişlerdir. Ancak kapak sayfa tasarımında rengin dikkatlerini çekmediğini söyleyenlerin oranı da (%21,8) nispeten yüksektir. Kadınlar arasındaki yaş dağılımına göre değerlendirmeye bakıldığında, genç yaşta kadınların (%37,9) rengin dikkatlerini çektiğini söylerken; yaşın ilerlemesine bağlı olarak rengin dikkat çekici özelliğinin azaldığı görülmektedir. Benzer durum erkek katılımcılar için de geçerlidir. Erkeklerde de yaşın artmasına bağlı olarak rengin kapak sayfa tasarımındaki dikkat çekme özelliği düşmektedir. Soruya verilen cevaplar genel değerlendirildiğinde, kararsız (%24,3) kalanların oranının yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, katılımcıların dergi kapak sayfa tasarımlarında kullanılan renk ile ilgili fikirlerinin olmadığı gerçeğini ortaya çıkardığı düşünülmektedir. Ayrıca, dergilerin kapak sayfa tasarımlarında renk kullanımının öncelikli bir unsur olmadığı gerçeği de ortaya çıkmıştır.

Araştırma kapsamında, katılımcılara, dergi kapak sayfa tasarımlarında kullanılan görsellerin dikkatlerini çekmek durumu ile ilgili 5'li likert tipi soru sorulmuştur. Katılımcıların soruya vermiş oldukları cevaplar Tablo 5'de yer almaktadır.

Cinsiyet		1		2		3		4		5		T	
	Yaş	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	15 – 20 Yaş	1	1,1	4	4,2	13	13,7	39	41,1	38	40,0	95	100
	21 – 30 Yaş	5	4,0	10	7,9	9	7,1	67	53,2	35	27,8	126	100
	31 – 40 Yaş	1	2,1	7	14,9	5	10,6	22	46,8	12	25,5	47	100
	40 Yaş üstü	4	6,9	4	6,9	5	5,1	33	56,9	14	24,1	58	100
	Toplam	11	3,4	25	7,7	30	9,2	161	49,4	99	30,4	326	100
Erkek	15 – 20 Yaş	1	1,1	7	7,4	15	15,8	45	47,4	27	28,4	95	100
	21 – 30 Yaş	4	3,7	10	9,3	20	18,5	50	46,3	24	22,2	108	100
	31 – 40 Yaş	3	6,4	5	10,6	6	12,8	25	53,2	8	17,0	47	100
	40 Yaş üstü	1	2,7	9	24,3	1	2,7	14	37,8	12	32,4	37	100
	Toplam	9	3,1	31	10,8	42	14,6	134	46,7	71	24,7	287	100
Toplam	15 – 20 Yaş	2	1,1	11	5,8	28	14,7	84	44,2	65	34,2	190	100
	21 – 30 Yaş	9	3,8	20	8,5	29	12,4	117	50,0	59	25,2	234	100
	31 – 40 Yaş	4	4,3	12	12,8	11	11,7	47	50,0	20	21,3	94	100
	40 Yaş üstü	5	5,3	13	13,7	4	4,2	47	49,5	26	27,4	95	100
	Toplam	20	3,3	56	9,1	72	11,7	295	48,1	170	27,7	613	100

Tablo 5:Kapak Sayfasında Kullanılan Görsellerin Cinsiyet ve Yaşa Göre Dikkat Çekici Olma Durumu
1: Kesinlikle Katılmıyorum/2: Katılmıyorum / 3: Kararsızım/4: Katılıyorum / 5: Kesinlikle Katılıyorum

Soruyu cevaplandıran kadın katılımcıların cevaplarına bakıldığında, kadınların genel anlamda %79,8 gibi büyük bir çoğunluğu dergilerin kapak sayfalarında görsellere dikkat ettiklerini söylemiştir. Kadınların yaş dağılımındaki durumuna bakıldığında ise, genç yaşlardaki (15-20 Yaş) kadınların görselleri daha çok dikkat ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Soruya cevap veren erkekler arasındaki değerlendirmeye bakıldığında ise erkeklerin dergi kapaklarındaki görsellere dikkat etme oranı (%71,4), kadınlara oranla nispeten daha düşüktür. Dergi kapaklarındaki görselleri erkek grubu yaş dağılımına bakıldığında heterojen bir dağılım olduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların yaş dağılımlarına göre kapak sayfalarındaki görsellere en çok dikkat eden yaş grubu %75,8 oranla 15-20 yaş grubu olurken, ikinci sırada %70,2 oranla 31-40 yaş grubu yer almaktadır. Dergi kapak sayfalarındaki görsellere dikkat etme konusundaki kararsızlık verilerine bakıldığında, her iki grubunda görsellere dikkat etme konusundaki düşüncelerinde kararsızlık yaşamadıkları görülmektedir. Bunun yanında erkeklerin kadınlara göre nispeten daha kararsız oldukları da söylenebilir. Soruya cevap verenlerin durumu genel olarak değerlendirildiğinde tüm katılımcıların

dergi kapak sayfalarındaki görsellere dikkat ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Öte yandan katılımcılar içinde dergi kapak sayfasındaki görselin dikkatlerini çekmediğini söyleyenlerin oranı (%3,3) ise oldukça düşüktür.

Katılımcılara dergi kapak sayfa tasarımlarında kullanılan tipografik unsurların dikkatlerini çekip çekmediği sorulmuştur. Soru kapsamında 5'li likert tipi seçenek verilen katılımcıların cevaplarına Tablo 6'da yer verilmiştir.

Cinsiyet		1		2		3		4		5		T	
	Yaş	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	15 – 20 Yaş	6	6,3	27	28,4	26	27,4	27	28,4	9	9,5	95	100
	21 – 30 Yaş	3	2,4	38	30,2	32	25,4	42	33,3	11	8,7	126	100
	31 – 40 Yaş	3	6,4	12	25,5	14	29,8	14	29,8	4	8,5	47	100
	40 Yaş üstü	1	1,7	20	34,5	12	20,7	21	36,2	4	6,9	58	100
	Toplam		13	4,0	97	29,8	84	25,8	104	31,9	28	8,6	326
Erkek	15 – 20 Yaş	4	4,2	28	29,5	26	27,4	30	31,6	7	7,4	95	100
	21 – 30 Yaş	6	5,6	35	32,4	28	25,9	28	25,9	11	10,2	108	100
	31 – 40 Yaş	2	4,3	11	23,4	13	27,7	14	29,8	7	14,9	47	100
	40 Yaş üstü	1	2,7	19	51,4	8	21,6	9	24,3	0	0,0	37	100
	Toplam		13	4,5	93	32,4	75	26,1	81	28,2	25	8,7	287
Toplam	15 – 20 Yaş	10	5,3	55	28,9	52	27,4	57	30,0	16	8,4	190	100
	21 – 30 Yaş	9	3,8	73	31,2	60	25,6	70	29,9	22	9,4	234	100
	31 – 40 Yaş	5	5,3	23	24,5	27	28,7	28	29,8	11	11,7	94	100
	40 Yaş üstü	2	2,1	39	41,1	20	21,1	30	31,6	4	4,2	95	100
	Toplam		26	4,2	190	31,0	159	25,9	185	30,2	53	8,6	613

Tablo 6:Kapak Sayfasında Kullanılan Tipografinin Cinsiyet ve Yaşa Göre Dikkat Çekici Olma Durumu

1: Kesinlikle Katılmıyorum/2: Katılmıyorum / 3: Kararsızım/4: Katılıyorum / 5: Kesinlikle Katılıyorum

Kapak tasarımında tipografik unsurlarla ilgili sorulan soru cevapları incelendiğinde, kadınların dergi kapaklarında kullanılan tipografik unsurlara dikkat etme oranının %40,5 olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanında kadınların kapak sayfalarında tipografik unsurlara dikkat etmeme durumu oranı ise %33,8 gibi yüksek bir değere sahiptir. Öte yandan kadınlardaki kararsızların oranı (%25,8) da yüksek düzeydedir. Yaş dağılımlarına göre incelendiğinde, 40 yaş üstü grubun diğer gruplara göre tipografik unsurlara dikkat etme oranı (%42,4) daha yüksek çıkmıştır. Tipografik öğelere dikkat etme oranı (%42,0) yüksek olan ikinci yaş grubu ise 21-30 yaş grubu kadınlar olmuştur. Kadın katılımcılar arasında tipografik unsurları dikkat etme konusunda kararsızların oranı ise genel de %25,8'dir. Erkek katılımcıların vermiş oldukları cevaplar incelendiğinde, kapak sayfalarındaki tipografik unsurlara dikkat edenlerin oranı (%36,9) ile dikkat etmeyenlerin oranının (%36,9) eşit olduğu sonucu tespit edilmiştir. Soruya cevap veren erkek katılımcıların yaş dağılımlarına göre oranlara bakıldığında, 40 yaş üstü erkeklerin yarısından biraz fazlası (%54,1) kapak sayfalarında kullanılan tipografik öğelere dikkat etmediklerini söylemişlerdir. Erkek katılımcılarda, tipografik öğelere en çok dikkat eden yaş grubu %44,7 oranla 31-40 yaş grubu erkekler olmuştur. Erkek katılımcılarda da kadın katılımcılarda olduğu gibi kararsızların oranı (%26,1) oldukça yüksek düzeydedir. Katılımcıların soruya ilişkin cevapları genel değerlendirildiğinde, %38,8'i kapak sayfa tasarımında kullanılan tipografik öğelere dikkat ederken, dikkat etmeyenlerin oranı da %35,2 düzeyinde olmuştur. Kararsızların oranı ise %25,9 düzeyindedir. Kararsızların oranını yüksek oluşu, katılımcıların dergi kapak sayfasında kullanılan tipografilerin dikkatlerini çekme durumunu daha önce düşünmedikleri sonucunu ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla, olumsuz cevap verenlerin oranı (%35,2) ile kararsızların oranı (%25,9) bir arada değerlendirildiğinde, dergi kapak tasarımlarında kullanılan tipografi öğeleri önemsenmemektedir.

Katılımcıların gelir düzeylerine göre dergi kapak sayfa tasarımlarında kullanılan unsurlarına (görsel, renk ve tipografi) ilişkin genel değerlendirmelerine ilişkin veriler Tablo 7’de yer almaktadır. Tabloda yer alan veriler, tasarım unsurları olarak değerlendirilen görsel, renk ve tipografinin ortalaması alınarak elde edilmiştir.

		1		2		3		4		5		T	
Gelir Düzeyi		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	1.000 – 2.000 TL	2	0,9	19	8,6	91	41,4	93	42,3	15	6,8	220	100
	2.001 – 3.000 TL	0	0,0	3	4,4	34	50,0	29	42,6	2	2,9	68	100
	3.001 – 4.000 TL	0	0,0	1	4,2	10	41,7	13	54,2	0	0,0	24	100
	4.000 TL üstü	0	0,0	1	7,1	2	14,3	8	57,1	3	21,4	14	100
	Toplam	2	0,6	24	7,4	137	42,0	143	43,9	20	6,1	326	100
Erkek	1.000 – 2.000 TL	2	1,1	22	11,6	88	46,3	69	36,3	9	4,7	190	100
	2.001 – 3.000 TL	2	3,6	11	19,6	22	39,3	20	35,7	1	1,8	56	100
	3.001 – 4.000 TL	0	0,0	3	16,7	10	55,6	4	22,2	1	5,6	18	100
	4.000 TL üstü	0	0,0	1	4,3	8	34,8	11	47,8	3	13,0	23	100
	Toplam	4	1,4	37	12,9	128	44,6	104	36,2	14	4,9	287	100
Toplam	1.000 – 2.000 TL	4	1,0	41	10,0	179	43,7	162	39,5	24	5,9	410	100
	2.001 – 3.000 TL	2	1,6	14	11,3	56	45,2	49	39,5	3	2,4	124	100
	3.001 – 4.000 TL	0	0,0	4	9,5	20	47,6	17	40,5	1	2,4	42	100
	4.000 TL üstü	0	0,0	2	5,4	10	27,0	19	51,4	6	16,2	37	100
	Toplam	6	1,6	61	10,0	265	43,2	247	40,3	34	5,5	613	100

Tablo 7:Kapak Sayfasında Kullanılan Unsurların (Görsel, Renk, Tipografi) Gelir Düzeyine Göre Dikkat Çekici Olma Durumu

1: Kesinlikle Katılmıyorum/2: Katılmıyorum / 3: Kararsızım/4: Katılıyorum / 5: Kesinlikle Katılıyorum

Dergi kapak sayfalarının tasarımında kullanılan öğelerin dikkat çekici olmasının gelir düzeyine göre dağılımı tablosu incelendiğinde, gelir düzeylerine göre kadınların yarısı kapak tasarımında kullanılan öğeleri dikkat çekici olarak buldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte kullanılan unsurları dikkat çekici bulma konusunda kararsız kalan kadınların oranı (%42,0) oldukça yüksektir. Gelir dağılımları bakımından kadın katılımcıların durumuna bakıldığında, 4.000 TL üzerinde geliri olanların kapak sayfa tasarımındaki öğelere daha çok dikkat ettikleri görülmüştür. Gelir düzeyine göre kararsız kalanların oranına bakıldığında, en çok kararsız kalanlar, %50,0 ile 2.001 – 3.000 TL gelir aralığında olan katılımcılar olmuştur. Erkek katılımcıların durumuna bakıldığında, kadınlarda olduğu gibi 4.000 TL üstü geliri olan erkeklerin de kapakta kullanılan tasarım öğelerine dikkat etme oranı (%60,8) oldukça yüksektir. Bunun yanında erkek katılımcılarda dikkat çeken en önemli özellik ise katılımcıların her gelir grubunda kararsızlık oranları oldukça yüksek düzeydedir. Erkek katılımcıların, 3.001 - 4.000 TL arası geliri olanların %55,6’sı kararsız oldukları görülmüştür. Katılımcıların gelir düzeyine göre genel dağılımlara bakıldığında, %45,8’i kapak sayfa tasarımında kullanılan öğelere dikkat ederken, bu konuda kararsız kalanların oranı %43,2 olmuştur. Ortaya çıkan bu durum, katılımcıların gelir dağılımına göre değerlendirildiğinde dergi kapak sayfa tasarımlarındaki öğeler üzerinde düşünmediklerini göstermektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin genel değerlendirmesi yapıldığında aşağıda yer alan sonuçlara ulaşılmıştır.

Dergilerin kapak sayfa tasarımları Kadınların satın alma davranışı üzerinde yaşa bağlı olarak değişim göstermektedir. Kadınlarda yaş arttıkça derginin kapak tasarımının satın alma üzerindeki etkisi genç yaştaki kadınlara göre belirli bir oranda azalma eğilimi göstermektedir. Erkek katılımcıların soruya verdikleri cevaplar da, kadınların cevaplarına benzemektedir. Genç yaştaki erkekler dergi kapak sayfasından daha çok etkilenirken, yaş ilerledikçe kapak sayfa tasarımının satın alma davranışı üzerindeki etkisi azalmaktadır. Katılımcıların cinsiyet ayırmaksızın satın alma davranışındaki kapak tasarımı etkisi genel olarak değerlendirildiğinde, dergilerin kapak sayfa tasarımlarının etkisi yaş faktörü dikkate alındığında yaşın artmasına bağlı olarak düşmektedir. Genel nüfus dağılımı içinde orta ve yukarıya yaş grubunun gittikçe arttığı düşünülürse, dergi kapak sayfasının tasarımında ilgili yaş gruplarının da dikkatini çeken tasarımların yapılması için gerekli çalışmaların yürütülmesi gerektiği düşünülmektedir.

Kapak sayfa tasarımında renk kullanımı ile ilgili verilere bakıldığında, kapak sayfa tasarımında kullanılan renklerin kadınların daha çok dikkatini çekmektedir. Genç yaştaki kadınlar rengin dikkatlerini çektiğini söylerken; yaşın ilerlemesine bağlı olarak rengin dikkat çekici özelliğinin azaldığı tespit edilmiştir. Benzer durum erkek katılımcılar için de geçerlidir. Öte yandan Soruya verilen cevaplar genel değerlendirildiğinde, kararsızların da oranının yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum, katılımcıların dergi kapak sayfa tasarımlarında kullanılan renk ile ilgili fikirlerinin olmadığı gerçeğini ortaya çıkardığı düşünülmektedir. Ayrıca, soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde, katılımcılar açısından dergilerin kapak sayfa tasarımlarında renk kullanımının öncelikli bir unsur olmadığı gerçeği de ortaya çıkmıştır. Kapak tasarımlarında rengin kullanılmamasının yerinde olacağı düşünülmektedir. Böylece tasarımda kullanılan diğer öğelerin (görsel ve tipografi) daha dikkat çekici olması sağlanabilir.

Dergi kapak sayfa tasarımlarında en çok dikkat çeken unsurun görseller olduğu ortaya çıkmıştır. Tüm katılımcılar açısından görselleri dikkat çekici bulan yaş 15 – 20 yaş aralığı olmuştur. Ayrıca soru kapsamında kadınların görselleri erkeklere oranla daha çok dikkat çekici buldukları da tespit edilmiştir. Dergi kapak sayfalarındaki görsellere dikkat etme konusundaki kararsızlık verilerine bakıldığında, her iki grubunda görsellere dikkat etme konusundaki düşüncelerinde kararsızlık yaşamadıkları görülmektedir. Bunun yanında erkeklerin kadınlara göre nispeten daha kararsız oldukları da söylenebilir. Dergi kapak sayfa tasarımlarında görsellere daha çok yer verilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Bunun yanında yine orta ve üstü yaşın dikkatini çekecek görsel kullanımı da yaygınlaştırılmalıdır.

Dergi kapak sayfalarının tasarımında kullanılan öğelerin dikkat çekici olmasının gelir düzeyine göre elde eden bulgularda katılımcıların kararsız kaldıkları ortaya çıkmıştır. Bu durum, cinsiyet ve cinsiyet içindeki yaş aralıkları sonuçlarında da tekrar etmektedir. Ortaya çıkan bu durum, katılımcıların gelir dağılımına göre değerlendirildiğinde dergi kapak sayfa tasarımlarındaki öğeler üzerinde düşünmedikleri sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Gelir düzeylerine göre yapılacak ayrıntılı araştırmalar ile her gelir düzeyi için dergi kapak sayfasında önemli görülen unsurlar tespit edilmeli ve elde edilen veriler kapak sayfasının tasarımında kullanılmalıdır.

Kapak sayfa tasarımında tipografinin kullanımı konusunda katılımcıların farklı görüşlere sahip oldukları tespit edilmiştir. Tipografinin dikkatlerini çektiklerini söyleyenlerin oranları ile dikkatlerini çekmediklerini söyleyenlerin oranı birbirine yakındır. Ayrıca hem kadınlarda hem de erkeklerde tipografik öğelere dikkat etme durumunun yaşın artışına bağlı olarak arttığı tespit edilmiştir. Öte yandan, kararsız kalanların oranına bakıldığında renk unsurunda olduğu gibi tipografi unsuru üzerinde de katılımcıların daha önce düşünmedikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Kapak sayfasında kullanılan tipografik öğelerin dikkat çekmeme sebepleri daha ayrıntılı araştırılarak sebeplerinin ortaya çıkarılması gerektiği düşünülmektedir.

Kaynakça Listesi

- Akunal, D. (1981). İlk Türk Dergisi: Mecmua-i Fünun. *Sanat Olayı Dergisi*. (11). 45-46.
- Bacaksız, T. (2010). *Medya Okuryazarlığı Dersinde Gazete ve Dergi Kullanımı (İzmir'de Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğrencilerin Gazete ve Dergi Okuma Alışkanlıklarına Olan Etkisi)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Becer, E. (2009). *İletişim ve Grafik Tasarım*. (7. Basım). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bıçakçı, B. (2013). *Dergi Kapak Tasarımlarında Tipografik Öğelerin Analizi ve Görsel Algı İlkelerine Göre Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bilgiç, A. (2011). *Tanımlanmış Hedef Kitle Reklamlarının Etkinliği Bağlamında Türkiye'de Sektörel Dergicilik ve Reklam Yönetimi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. USA, Baston: Pearson.
- Çekiç Akyol, A. (2011). *Reklam Mesajlarında Bilgilendirici İçerik: Dergi Reklamları Üzerine Bir İçerik Analizi*. Yayımlanmamış Doktora Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Encyclopedia Britannica. (2016). 30 Eylül 2016.
<https://global.britannica.com/topic/magazine-publishing>
- Kalayci, Ş. (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Koçabaşoğlu, U. (1984). *Cumriyet Dergiciliğine Genel Bir Bakış: Türkiye'de Dergiler, Ansiklopediler*. İstanbul: Gelişim Yayınları.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. USA, San Francisco: Jossey-Bass Publishing.
- Novin, G. (2010a). Chapter 58; (a) History of Layout Design and Modern Newspaper &Magazines. Layout Design in 20th century. *A History of Graphic Design*. 28 Eylül 2016.
<http://guity-novin.blogspot.com.tr/2012/04/modern-newspaper-magazine-layouts.html>
- Novin, G. (2010a). Chapter 58; (a) History of Layout Design and Modern Newspaper &Magazines. American Layout Design Revolution. *A History of Graphic Design*. 28 Eylül 2016.
<http://guity-novin.blogspot.ca/2012/04/modernnewspaper-magazine-layouts.html#Twelve>
- Ntoumanis, N. (2001). *A Step-by-Step Guide to SPSS for Sport and Exercise Studies*. USA, New York: Routledge.
- Özkan, O. (1982). Sağlık Kültürü ve Basın-Yayın. *I. Milli Kültür Şûrası 23-27 Ekim 1982, Kurum Temsilcisi Bildirileri Kişisel Bildiri Özetleri ve Metinleri* içinde (1-27). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Özpolat, K. (2013). *Görsel İletişim Tasarımı Bağlamında Bir Eğitim Dergisi Tasarımı İçin Öneri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztuna, H. Y. (2009). Dergi Tasarımında Büyük Dönüşümün İlk Sanat Yönetmeni: Mehmet Fehmi Ağa. *Grafik Tasarım Dergisi*. (29). 42-47.
- Pektaş Turgut, Ö. (2009). *Basılı ve Elektronik Grafik Tasarım Dergilerinin Görsel Kimlik Açısından Karşılaştırılması ve Bir Elektronik Tasarım Dergisi Örneği*. Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Suiçmez, M. (2009). *Dergi Haberciliği ve Nokta Dergisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şenocak, A. (2014). *Dergi Tasarımında Tasarım Sorunları ve Tasarımda Doğruluk İlkeleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, H. (2001). XIX Yüzyıl Çocuk Dergiciliği ve Eğitsel İşlevleri Üzerine. *Milli Eğitim Dergisi*. (151 / Temmuz, Ağustos, Eylül). 28 Eylül 2016.

http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/151/simsek.htm

Tonta, Y. ve AL, U. (2007). *Türkiye'nin Bilimsel Yayın Haritası: Türkiye'de Dergi Yayıncılığı Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü.

Tuncay, A. M. (1998). Dergi Tasarımı. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Türk Dil Kurumu kurumsal web sayfası. 30 Eylül 2016.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.57ef3c57abda95.26438915

Türkiye İstatistik Kurumu Yazılı Medya Verileri (2015). 03 Ekim 2016.

<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=96&locale=tr>

Uçar, T. F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: İnkilap Yayınları.

Varlık, B. (1985). Tanzimat ve Mesrutiyet Dergileri. *Tanzimattan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi* içinde (1. 117-118). İstanbul: İletişim Yayınları.

Yapar, A. (2001). *Türkiye ve Fransa'da Dergicilik Olgusu ve Kadın Dergilerinin Karşılaştırılması*. İstanbul: İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.

Yaşar, M. (2014). İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 2 (36). 59-75.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Zedeli, A. R. (2014). *İnfografiklerin Görsel ve İçeriksel Açından Dergi Tasarımındaki Yeri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.